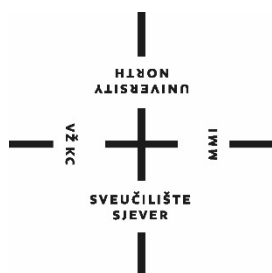


SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Odnosi s javnostima



DIPLOMSKI RAD br: 86/OJ/2018

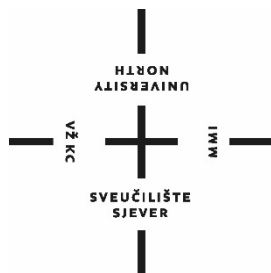
PHOTOSHOP – OBMANA
ILI ONO LJUDSKO U PRIKAZIVANJU

Višeslav Kirinić

Varaždin, veljača, 2018.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN

Studij Odnosi s javnostima



DIPLOMSKI RAD br. 86/OJ/2018

PHOTOSHOP – OBMANA ILI
ONO LJUDSKO U PRIKAZIVANJU

Student:

Višeslav Kirinić, mat.br. 0402/336D

Mentor:

doc. dr. sc. Anita Jeličić



Varaždin, veljača, 2018.

Prijava teme diplomskoga rada

studenta iv. semestra diplomskog studija
Odnosa s javnostima

BROJ: 86/OJ/2018

(upisuje studentska referada)

IME I PREZIME STUDENTA	Višeslav Kirinić
MATIČNI BROJ	0402/336D
NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA	Photoshop - obmana ili ono ljudsko u prikazivanju
NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA NA ENGLESKOM JEZIKU	Photoshop - deception or a human component of representation
KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA TEMA DIPLOMSKOGA RADA	Vizualne komunikacije u OJ
MENTOR	doc.dr.sc. Anita Jeličić
U VARAŽDINU, DANA	23.1. 2018.
POTPIS MENTORA	
POTPIS STUDENTA	



Zahvala

Zahvaljujem se svojoj mentorici, doc. dr. sc. Aniti Jeličić, za savjete, prijedloge, pomoć i razumijevanje tijekom izrade ovog diplomskog rada. Odabrao sam Vas za mentoricu baš zbog Vas, koliko god Vam to zvučalo nevjerojatno!

Zahvaljujem se svojoj obitelji, a osobito mami koja mi ljubavlju i toplinom ne dopušta da budem niti mrvicu manje od svega onoga što jesam. Hvala mojoj divnoj dječici koja okreću očima kad „tata pametuje o tome što znači biti građanin“ i „opet sluša tog Nick Cavea“, ali mi ipak ponekad dopuštaju da im navečer, prije spavanja pričam priče. Obožavam vas!

Zahvaljujem se divnim, diiiiivnim kolegicama, s kojima sam dijelio studentske dane u Varaždinu. Iva Grbavac, Silvia Novosel, Martina Konjević Možanić, Paula Špoljarić (moja zamjenica, a zapravo šefica), Ana Koren, Valentina Gudlin...kakve divne, mudre i hrabre žene! To smo mi. Nas sedam. Tako malo, a tako puno.

Višeslav

Sadržaj

SAŽETAK.....	1
SUMMARY	1
1. UVOD	2
1.1 Predmet i cilj rada	4
1.2 Metode izrade rada.....	5
1.3 Struktura rada.....	5
2. SLIKA.....	6
2.1. Slika kao odraz.....	11
2.2 Slika kao medij	15
2.3 X označava mjesto	22
2.4 Slika kao znak.....	25
3. POVIJEST PRIKAZIVANJA	30
4. OBRADA ILI O LJUDSKOM, ODVEĆ LJUDSKOM.....	35
4.1 Photoshop	39
4.2 Istina izvornog prikaza	42
4.3 Slika kao reklama	45
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	50
6. ZAKLJUČAK.....	51
Prilog 1: Slike.....	58
Popis slika:	61
Literatura:.....	62
Životopis kandidata.....	63

SAŽETAK

Pojam slike toliko je često u upotrebi da bi se moglo pretpostaviti kako je njegovo značenje jasno i neupitno. Ipak, ozbiljnije razmatranje otkriva kako to ne samo da nije slučaj nego je pojam potpuno nejasan. Sliku smo razmotrili u različitim oblicima i kontekstima njenog pojavljivanja. Bitno područje istraživanja predstavlja odnos slike i teksta koje je moguće sažeti pitanjem: što nam slika govori? Osobit naglasak stavljen je na fotografsku sliku jer se u njoj na uzbudljiv način susreću slika i stvarnost. Fotografija je prema uvriježenom mišljenju dokumentarni, realni, iskreni medij pa je iznimno zanimljivo bilo razmotriti kritike na račun *fotošopiranja* kao manipuliranja stvarnošću.

Ključne riječi: *slika, vizualne komunikacije, fotografija, obrada, Photoshop*

SUMMARY

As a notion, image is so commonly used that it seems logical to assume it's meaning as clear and undoubtable. However, closer examination reveals that not only is it not so, but that the notion is utterly unclear. We have examined the image in different forms and contexts in which it appears. Important part of the examination is the relation between the image and text, summarized by a question: what is the image telling us? Special accent is placed on the photographic image since it is the media where image and reality meet in some very exciting ways. Photography is commonly seen as a documentary, realistic, truthful media so it seemed interesting to turn our attention to criticism of Photoshop.

Key words: *image, visual communication, photography, processing, Photoshop*

1. UVOD

Tema odnosa prikazivača i prikazanog stara je gotovo koliko i čovjekova prikazivačka djelatnost. Živahne i žustre rasprave o fenomenu Photoshopa kao nečega osobito suvremenog i novog u prikazivačkim djelatnostima te osuda manipuliranja prikaza/slike kao temelj tih rasprava, jedan su od odvjetaka te dugovječne teme. Primjereno je reći da su uloženi u raspravi bitni ili suštinski. Odlučuje se o biti čovjeka kao bića, odlučuje se o biti stvarnosti, biti svijeta, o istini, ljepoti i vrijednostima uopće. Odlučuje se o biti objekta i subjekta i naravi njihova međuodnosa. O važnosti rasprave svjedoči činjenica da u povijesti filozofije, estetike pa i povijesti umjetnosti ne postoji niti jedan pravac ili tabor koji se nije kladio na ishod rasprave, ulažući pritom značajna sredstva.

Ako se učinilo da je novovjekovnim kartezijanskim spoznajno-teorijskim prepostavljanjem rasprava u bitnome smislu svedena na sitnice koje još treba ugoditi, da je Kantov kopernikanski obrat po kojem svijest određuje bitak, a spoznajući subjekt konstruira sliku kao predmet zamjećivanja i predočavanja odnio pobjedu u korist idealista i da je stvar-po-sebi zauvijek uklonjena iz osobito ljudskog vidokruga, ne samo da je riječ o prividu, nego se nadmetanje toliko zahuktava da je okončanje rasprave gotovo nezamislivo. Glasni prosvjedi protiv obrade prikaza ili protiv *fotošopiranja* fotografije prigovor su upućen temeljnim postavkama spoznajne teorije i korijene se u zagovoru prirodne, zadane, sve samo ne proizvoljne, konstruirane istine stvari. Krajnje pojednostavljeno, to je metafizički utemeljen prigovor koji tvrdi kako bitak (priroda, Bog, prapočelo, ono po čemu jest sve što jest) određuje svijest pa, primjerice, ljepota kao prirodnost ili simetrija nije u oku promatrača nego je svijesti prethodeća, apriorna kategorija. Iako je simetriju kao sklad ili harmoniju moguće prikazati matematičkim simbolima u obliku kakva izračuna ili formule, oko i uho prepoznaju sklad bez da im je takav izračun poznat i bez postojanja svijesti o pojmu ili ideji sklada. Ljepota se ovdje pojavljuje kao prethodeća kategorija koju svijest kao znanstvena tek naknadno reprezentira ili odražava. Platon lijepo vidi *kao* dobro, dakle kao etičku kategoriju pa umjetnosti i svim umjetničkim predmetima, prikazima i slikama pripisuje svrhu moralnoga usavršavanja. Aristotel ljepotu vidi u simetriji dijelova cjeline, što je razumijevanje koje se zadržalo barem do vremena renesanse. Odmicanje od teo/teleoloških razmatranja i stavljanje naglaska na pojedinca rezultiralo je okretanjem pažnje prema osjetilnosti, što je kulminiralo u Kantovu određenju ljepote kao bezinteresnog sviđanja onkraj pojmovne spoznaje. Metafizičko shvaćanje ljepote vraća se u romantičarskoj ljepoti kao očitovanju istine, a Hegel

je vidi kao sjaj ideje u osjetilnome. Ipak, ako ljepota može bez svijesti i pojmova pa i pojma ljepote, onda svijest i ideja/oblik nisu uvjeti pod kojima se ljepota pojavljuje pa su nebitni za raspravu o ljepoti, a sva su navedena razumijevanja ljepote nebitna. Cvijet, žena, skladba, građevina ili fotografija mogu biti lijepi, a u krajnje zaoštrenom tumačenju uvijek i jesu, bez obzira na to zna li subjekt spoznaje što je ljepota. Obrada ili manipulacija prikaza podrazumijeva svijest i pojavljuje se isključivo pod uvjetom svijesti pa je osuda fotošopiranja nužna sastavnica (novo)romantičkog, naturalističkog ili primitivističkog razumijevanja čovjekova svijeta i zagovora nepomućene izvornosti ili istine (ljudskoga) bića.

Rasprava između zagovornika spoznaje i zagovornika izvornosti na svim područjima pa tako i na području slike od početka do kraja 20. stoljeća odvijala se u prilično poznatim i ograničenim okvirima, pri čemu poznatost i ograničenost ne treba shvatiti kao derogativne pojmove. Slikovito rečeno, rasprave su se vodile za šahovskom pločom i svi sudionici igrali su s poznatim figurama. Ipak, način na koji su ih koristili/tumačili iznimno je uzbudljiv. Nietzsche, Heidegger, Freud, Cezanne, Magritte, Beuys, Baudrillard i Derrida samo su neki uzbudljivi igrači gotovo zvjezdanog statusa, pri čemu tu uzbuđenjima nije kraj.

Kraj 20. stoljeća doveo je nove igrače za stol, a oni su igri dodali potpuno novu dimenziju i duboko je izmijenili. Zvati ćemo ih digitalistima i nećemo ih svrstati u neki od klasičnih tabora poput idealista, realista ili uže profinjenih pozitivista, egzistencijalista, odnosno fenomenologa ili post-modernista. Digitalisti su doslovno svijet-za-sebe, a prelazak s analognog na digitalno postavljeni svijet imao je značajne posljedice ne samo na tehničkoj i tehnološkoj nego i na epistemološkoj razini. Kao što je na analognim kućnim TV-prijamnicima u jednome trenutku postalo nemoguće vidjeti sliku bez ugradnje digitalnog pretvarača, tako je i rasprava o slici – ali i stvarnosti, svijetu, životu i istini – postala nemoguća i nezamisliva bez uzimanja u obzir varijable digitalnosti.

U nastavku rada namjera nam je iz različitih očista promotriti pojmove slike, medija i fotografije. Pretpostavljamo da te pojmove više nije moguće promatrati na način na koji smo ih promatrali prije digitalnog obrata, rekodiranja ili prepostavljanja čovjeka i svijeta. Pojam prikaz ili slika početno nije ograničen na fotografiju nego na prikazivačku djelatnost općenito te svakovrsne modalitete slikovno-oblikovnog prikaza predmeta, tijela i lica od vremena antike do danas.

Razmatranje prikazivačke djelatnosti i njenih proizvoda, a osobito fotografije, provedeno je i kroz supostavljanje pojmova mimeze i konvencije, iz kojih su potom izvedena značenja ili tumačenja proizvoda takvih djelatnosti. Valja naglasiti kako mimezu i konvenciju supostavljamo istovjetno supostavljanju analognog i digitalnog. Pojam analogije

podrazumijeva sličnost ili naliku između dvojega, istovrsnost ili podjednakost, na način odražavanja nekog prethodećeg, prvog ili izvornog u nekom posljedičnom ili naknadnome pa ga čitamo kao mimezu. Analogija je u bitnome smislu uzornost jer pretpostavlja neki uzor i uzorno ili primjereno oponašanje tog uzora. Analoški je oblik takav oblik koji je učinjen na sliku jednoga ili više drugih prema određenom pravilu. (De Saussure, F. 2000.) Digitalne tvorbe nisu uvjetovane uzorom niti postojanje duguju ičemu što bi im prethodilo, a po čemu bi imale biti odraz. Svaka digitalna tvorba je nova, izvorna, autentična, znakovno ustrojena tvorba, očišćena i oslobođena od ikakve analogije ili uzornosti. Za razliku od digitalnosti, analogija sputava u smislu u kojem zahtijeva uzorno, pravilno odražavanje/poštivanje odnosa između izvornika i odraza te odnosa između izvornika i svega s čime taj izvornik ulazi u odnose.

Zaključno sužavanje pojma prikaza tj. slike na fotografiju provedeno je pod pretpostavkom da se upravo u tom mediju osobito snažno susreću svi gore navedeni pojmovi koje smatramo ključnima za razumijevanje pojma slike, kao i sve predrasude po pitanju slike. Fotografija je mjesto susreta mimeze odn. analogije kao odraza izvornoga i uzorom zadanog s jedne strane te konvencije odn. digitalnosti kao proizvoljnog stvaranja značenja s druge strane. Fotografija je i slikovni medij kojem se više nego drugima pripisuje točnost, stvarnost, dokumentarnost i istinitost pa je i predmet osuda kad kao slika iznevjerava takva očekivanja.

1.1 Predmet i cilj rada

Predmet istraživanja je slika kao pojam i kao fizička stvarnost u smislu fotografije. Razmotrene su različite definicije slike te argumenati u osnovi kritika upućenih *fotošopiranju* fotografija. S obzirom na središnji položaj slike kao medija u audio-vizualnom medijskom sklopu, ali i ključnu ulogu slike u oblikovanju dojmova i stavova u svakodnevnom životu, čini se bitnim upoznati temeljna obilježja slike i načine njenog utjecaja.

Prvi cilj istraživanja je utvrđivanje i razjašnjavanje temeljnih pojmova o slici. Drugi cilj je analiza različitih načina pojavljivanja slike, a glavni cilj je donošenje argumentiranog zaključka o smislenosti i utemeljenosti prigovora na račun Photoshopa.

1.2 Metode izrade rada

Pri izradi rada korištena je dostupna znanstvena i stručna literatura s područja vizualnih studija. Utvrđeni su autori relevantni za stjecanje uvida u temeljna kretanja u raspravama o slici i vizualnom području, a uobičajene definicije slike i središnjih pojmova vezanih u sliku preuzeti su iz relevantnih izvora poput enciklopedija i pojmovnika. Provedena je analiza i izlučena su neka temeljna zajednička obilježja, a zaključno je izložena sinteza teorijskih pristupa slici.

1.3 Struktura rada

Rad je podijeljen na šest dijelova. Prvi dio čini uvod, a u njemu su definirani predmet i cilj rada, kao i metoda izrade. Drugi dio bavi se pojmom slike, različitim definicijama slike i različitim teorijskim pristupima slici. Treći dio donosi pregled konkretnih prikaza ljudskog tijela kroz povijest te razmatra razlike i sličnosti između povijesnih i suvremenih načina prikazivanja. Četvrti dio razmatra pojam obrade kao osobito ljudske djelatnosti te slike i prikaze općenito postavlja kao rezultate obrade. Razmatra se i pojam *fotošopiranja* kao postupka obrade slike. U petom dijelu izloženi su rezultati istraživanja, nakon čega slijedi zaključak.

2. SLIKA

„Analfabet budućnosti neće biti ... onaj tko ne pozna pismo, već onaj tko se ne razumije u fotografiju.“¹ Ovaj važan, proročanski navod, Walter Benjamin preuzeo je iz popularne kulture i prenio ga u kratkome ogledu pod nazivom *Mala povijest fotografije* iz 1931. godine. Važnost koja je pritom pripisana slici, a poglavito onoj fotografskoj, obvezuje nas na pokušaj razmatranja tog pojma. Definirajući pojam slike, Hrvatska enciklopedija navodi kako je slika „u filozofiji, proizvod teorijske inteligencije (razuma) koja putem mašte (nap. a. imaginacije) od različitih osjetilnih podataka jedne te iste stvari stvara sliku o njoj. U slici predmet dobiva određenu konkretnu egzistenciju (G. W. F. Hegel), budući da se u njoj sjedinjuju odslikavajuća svijest i zamijećeni predmet, tako da je slika jedinstvo osjetilnoga i svjesnoga postojanja predmeta. Upravo zbog tog osjetilnog čimbenika slika predstavlja prepreku čistoj nadosjetilnoj spoznaji (Augustin), budući da se ona ne može uzdići iznad toga slikovnoga mišljenja.“² Uz pregnantnost navedene definicije, prvo što uočavamo jest izostanak definicija svih drugih pojavnih oblika slike izuzev filozofijskoga. U svojim konkretnim, predmetnim pojavnostima slika je u Hrvatskoj enciklopediji definirana kao umjetnička slika pod natuknicom slikarstvo, kao skulptura pod natuknicom kiparstvo te kao fotografska slika pod natuknicom fotografija. I Anićev Veliki rječnik Hrvatskoga jezika jasno luči značenja pojma slika. Prvenstveno, slika je umjetničko djelo izrađeno u bojama, u dvije dimenzije, na plošnoj podlozi. Drugo značenje je razgovorno, a podrazumijeva fotografiju ili prizor na televizijskom ili filmskom zaslonu. Treće značenje je preneseno i označava izgled ili prizor bića, predmeta ili predjela, potom opis čega u književnome djelu ili razgovoru i konačno prizor u izvedbi scenskog djela. Važnost takvog razlučivanja iznimna je iz niza razloga, ali prvenstveno kako ne bi došlo do brkanja pojmova uslijed kojeg bi nam se moglo, primjerice, učiniti da se knjiga W.J.T. Mitchela *Ikonologija – slika, tekst, ideologija* bavi umjetničkim slikama, fotografijom, skulpturama, filmom ili kakvim drugim konkretnim oblikom slike.

U petome redu uvoda knjige Mitchell navodi: „Ovo je knjiga o slikama u kojoj nema ilustracija, osim nekoliko shematskih dijagrama, knjiga o vidu koju kao da je napisao slijepi autor za slijepa čitatelja.“ (Mitchell, W.J.T. 2009 : 9) Oštroumna zapažanja u knjizi autor opisuje kao nešto što bi slijepi slušatelj mogao čuti dok razgovara s govornikom koji vidi. Taj

¹ Benjamin, W. 1986. Estetički ogledi. Školska knjiga. Zagreb.

²<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=56638>, pristup 6.2.2018. 12:30.

iskren i bitno samo-razotkrivajući okvir Mitchellova razmatranja nikako ne umanjuje njegovu vrijednost. Jednako tako, napomenu autora ne treba čitati kao izraz kakve lažne ili iskrene skromnosti, s obzirom da je izložena širina i dubina zahvata u temu slike sve samo ne skromna. Ipak, napomena je toliko bitna za razumijevanje suvremene teorije o slici da bi trebala biti otisnuta na koricama svih knjiga koje sliku i polje vizualnosti tematiziraju na način da konkretne slike, prikaze i sve konkretno kao osjetilno vizualno izbacuju iz razmatranja, a Sliku s velikim S kao znak/naraciju/ide(ologi)ju hiperinfliraju ili hiperrealiziraju kao total(itar)ni oblik ili *mjesto* total(itar)nog urušavanja svijeta kao obzora iskustva u sliku svijeta. Baš kao i Hrvatska enciklopedija pod natuknicom slika, Mitchell se bavi filozofijskom slikom kao jedinstvom osjetilnoga i svjesnoga postojanja predmeta, pri čemu uklanjanjem praktičnih slikovnih ostvarenja nastoji ukloniti osjetilne čimbenike slike kao prepreke čistoj nadosjetilnoj spoznaji i omogućiti uzdizanje slike iznad slikovnoga mišljenja. Mitchell pritom nikako nije izuzetak. U Hrvatskoj je teoriji slike i vizualnim studijima osobit doprinos dao Žarko Paić,³ a u njegovim knjigama *Slika bez svijeta* (2006) i *Vizualna komunikacija* (2008) također nećete pronaći konkretne slike ili prikaze nego, primjerice, detaljni prikaz vizualne konstrukcije kulture kao komunikacijskog proizvoda.

Poopćavanje praktičnih iskustava nekog fenomena nužna je sastavnica teorije kao predočujućeg mišljenja, kao opredmećujućeg promatranja onog općeg u pojedinačnome. Slikovito rečeno, valja se udaljiti od cvijeta ne bismo li mogli vidjeti vrt. Želimo li išta načelno i znanstveno bitno reći o slici, valja je ogoliti od nebrojenih pojedinačnih ostvaraja koji nose taj naziv i posvetiti se onome što općenito važi za sve slike ili sliku kao takvu. Baš svaki promatrač jasno vidi da između *Vrta naslade* Hieronymusa Boscha (Slika 1, str. 58), *Irisa u vrtu* Claudea Moneta (Slika 2, str. 58) i Picassove *Kuće u vrtu* (Slika 3, str. 59) postoji razlika. Zapravo, razlika je toliko da ih je teže pobrojati nego previdjeti.

S druge strane, sličnosti između tih i svih drugih slika kao slika otkrivaju se isključivo pogledu osobito upućenog oka, a to upućeno oko u većini teorijskih pogleda na temu slike nastoji opaziti što mi govorimo o slikama, kao i što slike govore nama. Sintagme *govor o slikama* i *govor slika samih* otkrivaju dvije bitne pojedinosti. Prije svega, u njima se očituje povezanost slike i riječi pa Mitchell svoje istraživanje slike opisuje kao ikonologiju, odnosno kovanicu nastalu spajanjem pojmova *ikona* (slika, odraz, crtež, prikaz) i *logos* (riječ, ideja, mišljenje, znanost). Time Mitchel dodatno upozorava čitatelje da ne očekuju konkretne slike i

³ Svakako valja spomenuti i Centar za vizualne studije koji, uz Krešimira Purgara kao osnivača i voditelja, okuplja čitav niz znanstvenika i istraživača na polju vizualne kulture koji su dali velik doprinos znanstvenom tumačenju vizualnih fenomena.

da slikama kao osjetilnim fenomenima nema mjesta u ovoj knjizi o slici. U Mitchellovoj knjizi je riječ-o-slici. Povezivanje dvaju bitno različitih pojmova u jedinstveni pojam nije slučajno. Mitchell govori o slici, ali u bitnome smislu sliku tretira kao tekst, odnosno kao riječosliku, logogram ili ikonologem. Mitchell sliku vidi kao jezik. Vratimo li se filozofijskoj definiciji slike u Hrvatskoj enciklopediji, takav pristup je gotovo samorazumljiv. Kao jedinstvo osjetilnoga i svjesnoga slika doista jest kakav ideologem ili logogram. Napokon, svako razmatranje slike koje ne razmatra pojedinačne slike ili prikaze, nego se bavi idejom ili pojmom slike u bitnom je smislu kakva ikonologija jer nastoji otkriti ono što kao znanje općenito vrijedi za sliku kao pojam ili ideju, bez obzira na razlike u konkretnim, pojedinačnim slikovnim izrazima. Prevedemo li pojam ikonologija kao slikoslovlje, veza između jezika i slike koju takav pristup uspostavlja i više je nego jasna.

Ipak, po iščitavanju Mitchella i brojnih drugih autora koji su razmatrali polje vizualnog, a među ostalima i osobito vrijedne doprinose Žarka Paića, čini se kako pojam ikonologija nije najprimjerenije rješenje za njihova nastojanja. Pojam ikonologija mogao bi biti odmijenjen pojmom eidologija,⁴ koji bitno preciznije osvjetljava njihov pristup. Etimološki, grčki pojam *eidon* znači vidjeti, ali i razumjeti.⁵ Tim dvostrukim značenjem pojam *eidon* pokriva s jedne strane Mitchellovo razmatranje vidnog ili vizualnog u kojem konkretne, osjetilne slike nisu predmet zanimanja, a s druge strane njegovo izlaganje postojećih, kao i vlastitoga viđenja/razumijevanja vizualnih studija. Slijedeći Husserlov fenomenološki zahvat, možemo reći da se Mitchell i Paić u činu eidetičke redukcije ili svođenja odmiču od svijesti o pojedinačnim, konkretnim predmetima prema nadiskustvenom prostoru čistih biti, čime se otkriva mogućnost intuicije *eidosa*, viđenja/razumijevanja temeljnog oblika ili ideje stvari. *Eidos* se pojavljuje na način duhovnoga zora te otkriva ono što neki predmet jest u svojoj nepromjenjivoj biti, predmet viđen/razumljen bez obzira na svoja kontingentna ili slučajna obilježja, kao načelo ili nužna struktura stvari. U smislu

⁴ Pojmovi eidetika i eidologija nikako nisu novi. Pojam eidetsko pamćenje uobičajeni je dio svakodnevnog, popularnog govora gdje se pojavljuje kao fotografsko pamćenje. U sklopu psihologijskih razmatranja, eidetiku kao znanost o oblicima zrenja i znanost o čistim oblicima i idejama u uporabu uvodi E.R. Jaensch, poglavito u djelu *Eidetic Imagery and Typological Methods of Investigation* iz 1955. Pojam eidologija koristi i Karl Jaspers u drugom tomu *Opće psihopatologije*. U svojim fenomenologijskim istraživanjima, pojam *eidos* koristi Husserl, referirajući se na Platonovu uporabu pojma *eidos* kao idealnog Oblika ili ideje. Postupkom eidetičke redukcije, Husserl nastoji svesti fenomen na njegove nužne biti. Izlaganjem fenomena različitim promjenama u uvjetima u kojima se pojavljuje, nastoji se doći do onih uvjeta tog fenomena bez kojih on ne može biti ono što jest. Husserl stoga napominje kako je eidologija, za razliku od znanosti o činjenicama, znanost o biti stvari/pojava.

⁵ U ranije navedenoj Mitchellovoj napomeni kako je *Ikonologija* knjiga o vidu koju kao da je napisao slijepi autor za slijepa čitatelja, analogija između vida i *eidosa* kao viđenja posve je očita. Engleski jezik čuva poveznicu između viđenja i razumijevanja u frazi „*I see*“ koju prevodimo kao „razumijem“ ili „znam,“ iako doslovno poručuje „vidim.“

razumijevanja slike, to je svođenje slike na ono bez čega slika ne može biti slika. Ikonologija kao Mitchellov operativni pojam nije posve precizan jer ne osvjetljava ili točnije skriva odsutnost i suvišnost predmetne slike kao konkretnog i kontingentnog u vizualnim studijima, ali i prisutnost i bitnost viđenja kao temelja razumijevanja. Pojam eidologija jasno osvjetljava Mitchellov pristup kao viđenje/razumijevanje ideje slikovnosti, kojem je konkretna, osjetilno dana slika više smetnja nego potreba.

Mitchell u naslovu knjige definira okvir ikonologije tako što sliku odlučuje staviti u odnos prema tekstu, odlučuje ju razumijeti kao riječ/tekst/jezik/značenje, što nužno vodi uspostavljanju slike kao ideološkog konstrukta jer autor slici bitno ideološki pripisuje svojstvo koje ona uopće ne mora imati i koje nikako nije uvjet njenog pojavljivanja, osim u pojedinim filozofijskim tumačenjima. Slika kao osjetilna pojavnost stvari nije nužno ideološki, smisleno dana. Viđenje kao *eidos* ili razumijevanje jest. Viđenje kao duhovno zrenje usmjereno je na ono opće osjetilno dane realne egzistencije, što potpuno odgovara Mitchellovoj strategiji zanemarivanja konkretnih slika i također govori u prilog nužnosti odmjenjivanja pojma slike kao ikone⁶ pojmom viđenja/razumijevanja kao *eidos*a. Valja odmah napomenuti kako svaki opći pojam, pa tako i slika, dobiva zornost tek kroz ispunjenost konkretnim sadržajem, što ističe i Kant u napomeni kako su pojmovi bez zorova prazni, a zorovi bez pojmova slijepi. Odras ideje zrenja kao viđenja/razumijevanja očituje se u popularnim frazama kao što su *to je njegovo viđenje stvari* ili *tako futurizam i suprematizam* (ili ikoji izam) *vide stvari*, u kojima je jasno odražen tipično zorni susret općeg i pojedinačnog, razumnog i osjetilnog te formalnog i sadržajnog.

Pristupajući slici na način *eidos*a tj. viđenja/razumijevanja, Mitchell u bitno ideološkoj gesti sliku podvodi⁷ značenju i uskraćuje joj nerijetko zadivljujuću, osjetilno danu beznačajnost, bezinteresnost i besmislenost. Mitchell dijelom, a Paić odlučno i ustrajno u slici

⁶ Mitchell, a osobito Pajić, razumiju ikonu kao način pojavljivanja slike koji je najlakše razumjeti kroz negaciju ili pojam ikono-klazam. Ikonoklasti poput marsejskog biskupa Serena (6/7. st.) prepoznaju slike kao predmet o-božavanja tj. čina u kojem vjernici krivovjerno pripisuju slici značenje koje ona nema i ne smije imati pa odlučuju zabraniti i uništiti slike svetaca. Ikonoklazam je utoliko paradoksalna strategija s obzirom da upravo ikonoklasti čine ono protiv čega gorljivo i objesno prosvjeduju. Umjesto (krivo)vjernicima, ikonoklasti slici pripisuju svojstva koja ona uopće nema te uništavanjem i zabranom slika kao predmeta postupaju kao da bi u slici kao osjetilno danoj pojavnosti samoj imalo biti kakvo zlo koje zavodi i navodi na grijeh o-božavanja. Ikonoklazam se tako sam pojavljuje kao krivovjerni čin o-božavanja ili (e)idolatrije slike. Ista (ne)razumnost očituje se u muzikoklastičkom zabranjivanju, primjerice, rock and rolla ili Wagnerove glazbe kao nemoralne odn. nacionalističke zvukovne tvorevine. Krajnje zaoštreno, zamisliv je kakav gustoklazam ili zabrana okusa. Primjerice, zabrana ljutih papričica koje su vraški ljute, a time i nepoćudne ili kakve božanstvene čokolade koju o-božavamo, a time bogohulimo. Etika i osjetilnost oduvijek se susreću na uzbudljiv, karikaturalan, a nerijetko i smrtonosan način.

⁷ Podvođenjem (pod nepripadno mu značenje ili smisao) nešto činimo predmetom (nepripadnog mu značenja li smisla) i podvrgavamo nešto samovoljno nametnutoj svrsi.

vidi vršno i isključivo načelo suvremenog svijeta u kojem se život pojavljuje još samo kao slika života, priroda kao slika prirode, a bitak kao u postavu⁸ ili tehni(sli)ci skrivena istina. Kao pred-stava, pred-očavanje, a time i po-predmećivanje, slika je objektivni i reprezentativni total(itar)ni vladar svijeta znanosti i tehnike i izbrisala je iz postojanja svijet kao ideju prema kojoj se određuje svako moguće iskustvo, svijet kao obzor obzora, kao ono prema čemu se ravnamo i ono što uzimamo u obzir što god činili. Kao takva, slika se nadaje kao ideologija par excellence, svepokrivajuće načelo kroz koje se objašnjava sve što jest pa se u tome ili na način toga mora biti.⁹ Načelno, ideologija se iscrpljuje u definiranju uvjeta pod kojim ili kojima je dano sve što jest, a takav uvjet (rasa, nacija, klasa, tržište, Bog ili što drugo) ishodišna je i uvirna točka svakog razmatranja. Ukoliko je sve dano kao slika ili na način slike, polje slike polje je ideologije. I u toj točki pojam *eidona* i predložene eidologije kao Mitchellova načina viđenja vizualnog pokazuje svoju preciznost i primjerenost, za razliku od pojma ikonologije koji Mitchell koristi. Eido i ideo jasni su anagrami, a eidologija i ideologija iskazuju duboku pojmovnu povezanost. Mitchellovo supostavljanje ikonologije i ideologije skriva tu vezu.

Kod Mitchella je prvenstveno riječ o viđenju/razumijevanju kao načinu pojavljivanja slike. Konkretna, predmetna slika kao izvanjske i daleke mjestu susreta osjeta i razuma trivijalne su i kontingentne. Kako u Benjaminovoj reproduktibilnosti i Heideggerovoj tehničkoj postavljenosti vide aveti suvremenog svijeta, Mitchell i poglavito Paić predani su osvjetljavanju razornih učinaka tih aveti. Slika za njih nije predmet kao skulptura, ulje na platnu, stolac ili fotografija. Zanima ih što se događa s *mjestom* nastanka slika. Istražuju kako se subjekt stvaranja slike nosi sa slikom ili točnije kako je viđenje/razumijevanje kao slikotvorba utjecalo na njegov subjekt, ali i svijet i društvo i sve mislivo. Takvo razmatranje iznimno je plodonosno i provokativno, a njegovi ishodi istovremeno su uzbudljivi i uznemirujući s obzirom da se čini kako je subjekt uvijek već podređen slici te kako se slika uvijek već pojavljuje kao uvjet pod kojim je subjekt dat i kao bit koja čovjeka određuje na način (sliko)bića.

⁸ Ukazujemo na Heideggerovo korištenje termina postav. Istina bitka kao *aletheia*, kao ne-skrivenost, doživljava svoje skrivanje u tehnici kao „po-stavu“ (*Ge-stell*), kako navodi Hrvatska enciklopedija. Postav znači postavljenost, pred-metnutost, po-predmećenost, a pokazuje bitnu povezanost između tehnike i tradicionalne metafizike, koja se temelji na predočujućem mišljenju (*theoria*).

⁹ Važno je napomenuti kako kod Heideggera fenomenologijsko razmatranje uzima u obzir ono što je dano i način na koji je dano. Bit je time ono *kako* prvotne određenosti stvari, a pristupajući stvarima putem *tu-bitka* Heidegger daje do znanja kako logičke funkcije pojma ili suda ne smatra onima koje omogućavaju primarni pristup biti stvari. Put do biti za Heideggera ne vodi putem spoznajne teorije.

Slika kojom ćemo se baviti u dijelu rada o fotografiji i obradi konkretna je, osjetilno dana slika po načinu pojavljivanja. Ako takvo okretanje kontingentnim, slučajnim pojavnostima slike i predstavlja poskliznuće i pad u pojedinačno, razmatranje Photoshopa kao alata za obradu ili manipulaciju prikaza na to nas obvezuje. Slijedimo time i Kantov naputak i nastojimo izbjeći baratiranje pojmovima koji su bez zorova prazni, kao i zorove koji su bez pojmova slijepi. Imamo, dakle, u vidu filozofijsko poimanje slike, ali tek kao jedno od mogućih viđenja/razumijevanja slike. Dosadašnje općenito razmatranje pojma slike provedeno je u cilju osvjetljavanja bitne složenosti tog pojma koji se može učiniti gotovo samorazumljivim, ali to nikako nije. Postoje različiti modaliteti pojavnosti slike kojima svakako valja posvetiti pažnju u cilju izbjegavanja nesporazuma.

2.1. Slika kao odraz

U X. knjizi *Države* Platon umjetnika uspoređuje s ogledalom te piše kako se njegova djelatnost svodi na to da „...uzmeš ogledalo i svuda ga okrećeš. Brzo ćeš napraviti sunce, predmete na nebu, zemlju, sebe, ostale životinje, predmete, raslinje i sve stvari o kojima se sada upravo govorilo.“ (Platon, 1977: 299) Grčki pojam mimezis označava upravo tu odraznu, imitativnu, oponašajnu, naličnu ili preslikovnu narav svakog umjetničkog prikaza. Mimieza pritom nije samo obilježje slika ili kipova. Ista neizvornost i drugotnost pripisana je i tekstualnim prikazima ili uprizorenjima. Platonov sugovornik Sokrat u *Državi* ističe kako su komedija i tragedija jednako mimetičke u smislu u kojem pričaju tuđu priču tako što reprezentiraju¹⁰ druge i govore kroz usta ili u ime drugih osoba ili likova.¹¹ Homer nije u problemu dok kao pjesnik u činu dijegeze¹² osobno pripovijeda svoju, čistu priču ne uzimajući pritom ulogu nekog drugog. No tamo gdje u činu pripovijedanja ne govori osobno kao pjesnik o sebi i drugima, nego mimetički govori kao ti drugi, u njihovo ime, za njih, Sokrat će za njega – kao i svakog pjesnika – reći da on boji svakakvim bojama od svakog

¹⁰ Prezentiranje donosimo u dvostrukom vremensko-prostornome značenju. Prezentirati utoliko znači osadašnjiti ili osuvremeniti, ali jednako tako i predstaviti, predočiti, opredmetiti ili prikazati.

¹¹ U susretu povijesti i filozofije davno je otvorena rasprava o temi je li Sokrat uopće postojao kao povijesna osoba. Argumentacija obiju strana prilično je uvjerljiva, kao i zaključak kako u konačnici uopće nije bitno je li Sokrat (ili Shakespeare) postojao nego što je napisao netko pod tim imenom. Ipak, tema je bitna je u okviru Platonove razrade pojma mimeze. Ako je Homer u problemu kad mimetički oponaša druge, govoreći kroz njihove likove, nije li i Platon u istome mimetičkom problemu kad govori pod imenom Sokrat? Nije li Platon kao pisac zapravo umjetnik? Jesu li Platonovi dijalozi sjena sjene? Zna li Platon kakva treba biti pravedna *država* ili samo mimetički odražava/slika proizvođača, vojnika i vladara-filozofa? Napokon, treba li prema Sokratovu naputku i Platona istjerati iz grada jer mimetički proizvodi zavodljive privide?

¹² Za pojedinosti i raščlambu pojmova mimeze, dijegeze i prikazivanja, vidi Biti, V. 1997. *Pojmovnik suvremene književne teorije*. Zagreb. Matica hrvatska.

umijeća svoje imenice i glagole, a ne zna nego samo oponašati. Dokazujući ili provjeravajući valjanost takvog zaključka, Sokrat ističe kako će slikar slikati vodilice i uzde, izradit će ih remenar i kovač, a upotrijebit će ih jahač. Slikar i proizvođači remenar i kovač, ne znaju kakve trebaju biti vodilice i uzde. To zna samo onaj koji ih upotrebljava, dakle jahač. Zaključak je jednoznačan. „Za svaku stvar postoje ta tri umijeća: ono koje će je upotrebljavati, praviti i oponašati (...), a valjanost, ljepota i ispravnost svake stvari, životinje i čina ne odnosi se ni na što drugo nego na upotrebu¹³ za koju je svako to načinjeno ili stvoreno.“ (Platon, 1977: 305)

Kipari i slikari Platonova vremena djela su izrađivali prema stvarnim predlošcima pa je Platonovo isticanje oponašajne sastavnice njihova djelovanja posve razumljivo. Ako nešto stvarno i već postojeće prethodi umjetničkom proizvodu, onda je taj proizvod nedvojbeno odražajne, drugotne ili izvedene naravi, a time i drugorazredne vrijednosti. Štoviše, gotovo svakoj postojini, biću ili stvari, koju slikari, kipari i pisci prezentiraju u svojim djelima prethodi ne samo ta postojina, nego i njen tvorac ili proizvođač. Time slikarstvo i uopće oponašanje izrađuje svoje djelo daleko od istine, zaključuje Sokrat, a ipak se pritom obraća, druži i prijateljuje s dijelom u nama koji je daleko od razumnosti i sve to bez ikakva zdravog i istinskog temelja. Konačna presuda glasi: oponašanje se, kao loše, sastaje s lošim i rađa loše.

Takvom razumijevanju umjetničkih djela prigovorio je već Aristotel. Iako je zadržao mimetičko shvaćanje umjetnosti, Aristotel je pojmu i umjetničkoj djelatnosti pridodao poetičku, stvarateljsku sastavnicu. Umjetničko proizvođenje svakako jest mimezis ili oponašanje, ali oponašanje kao poiezis, stvaranje ili prikazivanje. Činu umjetničkog stvaranja, ali i prikazu kao proizvodu takvog stvaranja, mora se pridati važnost i valja ih razmotriti kao zaseban i osobit modalitet proizvođenja koji služi, primjerice, katarzičnoj svrsi. Kasnije razrade pojma mimeze iznimno su brojne¹⁴ i predstavljaju jednu od okosnica filozofijskih rasprava o umjetnosti.

¹³ Temeljni pomak suvremenosti u odnosu na neku klasičnost ili negdašnjost francuski sociolog i teoretičar Jean Baudrillard vidi u odbacivanju uporabne vrijednosti i usredotočenosti kapitalističkog gospodarstva na razmjensku vrijednost. Stvari, predmeti ili objekti u razmjenskom sustavu vrijednosti nisu zanimljivi ili uopće bitni zbog njihovih uporabnih svojstva. Zanimljivi su samo kao vrijednosne oznake i vrijednost nalaze u odnosu prema drugim vrijednosnim oznakama za koje ih možemo razmijeniti. Ukratko, iz jednadžbe je uklonjena realna, u materijalnoj stvarnosti utemeljena referenca, a gospodarska aktivnost je dereferencirana i svedena na razmjenu financijskih znakova i očekivanja/izgleda/vjerojatnosti. Takva dereferenciranost tijumfira u pojmu simulacije, o kojem će kasnije biti govora.

¹⁴ Noovovjekovna pretpostavka koja kulminira u klasičnome njemačkom idealizmu jest da svijet nije neka unaprijed zadana cjelina nego nešto što tek čovjek/promatrač čini pojmivim i uređenim kroz klasifikaciju i druge praktične intervencije u okruženju kojim smo uvjetovani. William Schweiker navodi tri zanimljiva suvremena čitanja pojma mimeze. Gadamer u mimezi ili oponašanju vidi čin putem kojeg se nadolazeća snaga

Ako je referent umjetničkog djela i umjetnosti same kao tehnike kod Platona i Aristotela izvan samoga djela i djelatnosti te oni svoju svrhu iscrpljuju u obmanjivom odražavanju i etičkom ili katarzičkome potencijalu prikazivanja, Aristotelov odmak od Platona ipak naznačuje kasniji radikalni obrat u razumijevanju referencijalnosti slike i umjetnosti. Antička slika kao nerazlučivi i neosobiti dio neke cjelovite ljudske djelatnosti i veće svrhe u jednome će trenutku postati samostalna i osobita te će se sve naglašenije baviti sama sobom, referirati se sama na sebe i druge slike, na svoj unutarnji svijet i na specifično slikovna obilježja. Slika će biti uspostavljena kao medij, a upravo oko te posredničke uloge slike vodit će se sukob koji najbolje opisuje pojam ikonoklazam.¹⁵ U smislu u kojem odražava, reprezentira, oprisućuje, osadašnjuje i popredmećuje ono prikazano, slika ima golemu moć.

Zadnji dan stvaranja, Bog kaže: „Načinimo čovjeka na svoju sliku, sebi slična, da bude gospodar ribama morskim, pticama nebeskim i stoci – svoj zemlji – i svim gmizavcima što puze po zemlji! ... Na svoju sliku stvori Bog čovjeka, na sliku Božju on ga stvori, muško i žensko stvori ih.”¹⁶ Riječ je dakako o znanom navodu iz knjige Postanka, uvodnog dijela Biblije koji ima objasniti postanak svijeta i bića. Ovdje je na razini Biblije kao svete knjige kršćanskoga svijeta postulirana ideja o mimezi, Stvarateljskom odražavanju, o sličnosti kao božanskome atributu, o stvaranju slika i prilika kao božanskoj djelatnosti. Doveden u vezu s ranije spomenutom De Saussureovom definicijom analoškog oblika kao oblika koji je učinjen na sliku jednoga ili više drugih prema određenom pravilu, ovaj navod iz Biblije dobiva osobit smisao.

Odrazivši se analogno i naslikavši se u čovjeku, Bog je napravio prvi *selfie*¹⁷ kao čin stvaranja ljudskog bića. Čovjek je svojevrсни analoški oblik Boga, Božji sebač i Bog

bića otkriva i otvara mogućnosti razumijevanja. Za Ricoeura, mimeza kao imaginativni čin uspostavljanja poretka ili uređivanja ljudskog djelovanja u narativu omogućava uvid u vremenitošću potaknute dvojbe, pitanja i poteškoće postojanja. Narativ je utoliko praktičan način nošenja s problemima ljudskog života. Gadamer i Ricoeur dovode mimezis u vezu s imaginativnim ili interpretativnim činom uobličavanja vremena i bića, koje je u smislu razumijevanja iznimno produktivno. Jacques Derrida pažnju pak posvećuje osobitim načinima na koje se ti mimetički činovi performativno ostvaruju specifičnim, konkretnim vrstama praksi, kao točke ili zastoji u igri oblikovanja.

¹⁵ Za razradu ovog iznimno važnog pojma u razmatranju slike, vidi Paić, Ž. 2006. Slika bez svijeta. Litteris. Zagreb.

¹⁶ <http://biblija.ks.hr/knjiga.aspx?g=1> (pristup 16.1.2018. u 14:02)

¹⁷ Pojam *selfie*, svojevrсни autoportret nastao fotografiranjem sebe putem mobitela ili fotoaparata, prevodimo kao sebač. Umjesto odražavanja uobičajenog prevođenja imenice *selfishness* te pridjeva *selfish* koji se u hrvatskome jeziku pojavljuju kao *sebičnost* i *sebičan*, a po kojem bi primjereni prijevod bio sebić, odmjenjivanjem slova *i* slovom *a* ukazujemo na tankočutnu i bitnu razliku u značenju. Analogija između sebičnosti i snimanja selfija/seb(i/a)ča nameće se gotovo neodoljivo pa bi svi snimatelji selfija imali biti sebićnici. Ipak, riječ je o analogiji koja postoji tek kao pogreška u tumačenju zavodljiva jezičnog traga. Čovjek je osobit kao sebe-videće biće, kao izvan sebe postavljeno, Plessnerovo ekscentrično biće. Njegov referent je i on sam kao sebi vidljiv. Tako je naneobičan način čovjek vlastita reprodukcija. *Selfie* je fotografija koju čovjek stvara po sebi i time odražava vlastitu sebe-videću, sebe-reproducirajuću posebnost, a ne sebičnost.

pretvoren u sliku tj. reprodukciju. Ako je Bog stvorio čovjeka na svoju sliku, što ćemo s čovjekom koji stvara sliku Boga? Ako je slikotvornost jedan od atributa Božanskog, nije li slikotvorna djelatnost čovjeka duboko bogohulna i nije li ikonoklazam obrana od grijeha? Je li naslikani Krist prisutan i osadašnjen u slici koja ga prikazuje? Ako jest, nije li ga stvorio slikar? Nije li slikar u ulozi Tvorca i nije li Krist time nastao na sliku čovjekovu?

Ne trebamo biti osobito teorijski upućen da bismo razumjeli koliki je ulog u pitanju. Je li moguće da je medij (slike) uvjet i način bivanja čovjeka kao bića i svega što čini čovjekov svijet? Takvu pretpostavku dodatno osnažuje i usložnjava poznati navod iz Proslova Evandjelja po Ivanu:

„U početku bijaše Riječ i Riječ bijaše u Boga
i Riječ bijaše Bog.
Ona bijaše u početku u Boga.
Sve postade po njoj
i bez nje ne postade ništa.
Svemu što postade
u njoj bijaše život
i život bijaše ljudima svjetlo;
i svjetlo u tami svijetli
i tama ga ne obuže.“¹⁸

Ovdje se, umjesto slike, riječ pojavljuje kao uvjet postanka svega što jest. Sve što jest odraz je riječi. „I reče Bog: Neka bude svjetlost! I bi svjetlost.“¹⁹ Nije obrnuto. Pojmu svjetlost ne prethodi neka fizikalna, materijalna, stvarna činjenica svjetlosti koju valja naknadno imenovati nego svjetlosti kao fizičkoj stvarnosti prethodi riječ tj. ideja svjetlosti. Eto Platonove ideje kao svemu prethodećeg ishodišta svijeta predmeta kao odraza ili sjene. Čovjeku ne prethodi neko dvonožno, uzdignuto biće koje dijeli svijet s leopardima i hrastovima. Čovjek se pojavljuje kao Bogu analogno biće tek kroz medij slike ili riječi. Možemo, dakako, posve opravdano polemizirati oko značenja grčkog pojma *logos* koji je u hrvatskome prijevodu Biblije preveden kao riječ i nije nezamislivo da su navedeni navodi iz Biblije odraz Aristotelova uspostavljanja čovjeka kao *zoon logon ehon* tj. kao bića koje jest na način mislećega, jezik-imajućeg bića. No bez obzira na to, nema nikakve dvojbe da je i ovdje medij postavljen kao uvjet svega što s čovjekom ili za čovjeka uopće jest.

¹⁸ <http://biblija.ks.hr/knjiga.aspx?g=50>; pristup 16.1.2018.

¹⁹ <http://biblija.ks.hr/knjiga.aspx?g=1>; pristup 16.1.2018.

2.2 Slika kao medij

Pojam medij doživio je pravu eksploziju u dvadesetom stoljeću. Gotovo je nemoguće pronaći područje ljudskog svijeta koje nije na neki način zahvaćeno ili podvedeno pod taj pojam. Kao što mu i sam naziv kaže, medij se pojavio kao ono što stoji između čovjeka i svega što čini njegov svijet, a samim time i kao nešto što određuje način čovjekova pogleda na sebe i svijet kao neizravnog ili posredovanog.

Tematiziranje medija u suvremenoj teoriji u pravilu se pojavljuje kao kritika njihova tehnološkog značenja, kao kritika manipulativnih medijskih praksi i kao kritika osobite osjetilnosti koja se uspostavlja kroz medije. Samim time i definicije pojma medij iznimno su brojne, a ovdje navodimo definiciju iz *Pojmovnika suvremene književne teorije* (1997 : 213) u kojoj Vladimir Biti mediju pripisuje četiri značenja i to fiziologijsko (perceptivni, osjetilni modus komunikacije: auditivni, vizualni, olfaktilni, taktilni itd. te njihov međusobni odnos; intermedijalnost), fizičko (materijal, tvar različitih umjetnosti: jezik, kamen, boja ton, svjetlo), tehnologijsko (sredstvo za posredovanje između znakovne proizvodnje i potrošnje: usmenost, pisanost, fotografija, filmsko platno, TV-zaslon, radio, gramofon, kao i njihov međudodnos; intermedijalnost) i sociologijsko (institucijsko-organizacijski okvir komunikacije: gospodarstvo, politika, znanost, odgoj). U toj multikontekstualnosti medija Biti prepoznaje i imanentnu multimedijalnost svakog medija koja podrazumijeva transkodiranje kao temeljnu operaciju njegove uporabe. Očito je, naime, kako nama zanimljiv medij slike možemo provući kroz sve navedene kontekste i uporabe. Štoviše, čini se kako je sliku kao medij nemoguće razumjeti osim kao multi-medij koji značenje zadobiva isključivo kroz međudodnos svojih različitih pojavačkih oblika ili uporabnih konteksta, ali i međudodnos s drugim multi-medijima. Krajnje pojednostavljeno, tek kao fotografija u jasno naznačenom tehnologijsko-proizvodnome smislu slika nije institucijsko-organizacijski okvir komunikacije, nema nikakve veze s politikom te nije ideologijski, socio-formativni koncept. Jednako tako, tek kao institucijsko-organizacijski, socio-formativni i ideologijski konstrukt par excellence fotografija nije crno-bijela slika otisnuta na fotografskom papiru, koja zahtijeva specifičan tehnički proces razvijanja.

U kontekstu kritike njihova tehnološkog značenja koja se bitno oslanja na Heideggerove uvide, mediji su u suvremenoj teoriji podvrgnuti oštroj kritici. Paradigmatski tehnoskeptički tretman medija izložen je u okviru nekolicine tekstova teoretičara vezanih uz Frankfurtsku školu. U tekstu *Umjetničko djelo u razdoblju tehničke reprodukcije* (1986 : 125) Walter Benjamin postavlja pitanje što se događa s umjetničkim djelom koje je moguće

masovno umnožiti? Odgovor je kako ono time gubi svoju auru, svoje neusporedivo ovdje i sada. Umjetničko djelo osobito je upravo kao jedinstveno i neponovljivo, a umnažanjem mu se oduzima ta neponovljivost. Zamislite bilo koju umjetničku sliku koju je netko fotografirao na izložbi, ispisao na kućnom pisaču i okačio kao magnet na vrata hladnjaka pa će tema gubitka aure, jedinstvenosti i neponovljivosti biti posve zorno prikazana. Ipak, uz isticanje pogubnog djelovanja tehnikom omogućene reproduktibilnosti na sliku kao umjetničko djelo, Benjamin je iskazao duboko razumijevanje spomenute imanentne multi-medijalnosti svakog medija pa tako i slike. Transkodiranjem te iste slike i prenošenjem slike iz fizičko-tehnologijskoga u sociologijski uporabni kontekst, Benjamin gubitak aure razumije i kao pozitivnu demokratizaciju umjetnosti. Jedinstvenost i neponovljivost umjetničkog djela može se shvatiti i kao buržoasko, obrazovano i romansirano veličanje ideje genija. Benjamin je potpuno svjestan da istina bitka kao *aletheia*, kao ne-skrivenost, doživljava svoje skrivanje u tehnici kao po-stavu²⁰ (*Ge-stell*), kako je to formulirao Heidegger. Iako je sama po-predmećenost slike kao umjetničke slike dovoljna za sakrivanje istine bitka, sad je taj potencijal skrivanja beskonačno ojačan tehničkom umnoživošću i reproduktibilnošću. S druge strane, Benjamin na tragu Gramschija zaključuje kako izlaganje mase umjetnosti može imati pozitivne posljedice u okviru političkih nastojanja.

Za razliku od njegova tehno-skepticizma, Benjaminov socio-oportunistički pokušaj iznalaženja dobre strane nestanka tipično građanske aure i neponovljivosti u tehnici umnažanja nimalo se nije dojmio Benjaminovih suputnika iz redova Frankfurtske škole. U *Dijalektici prosvjetiteljstva*, stožernom djelu kritičke teorije kroz pojam „kulturna industrija“ Adorno i Horkheimer iznijeli su snažnu kritiku svih oblika medijske tehnologije. Umjetnosti i kultura prepoznatljive su po tome što izražavaju i baštine ono osobito, neusporedivo, jedinstveno, neponovljivo i različito. Kao potpuna opreka takvom sustavu vrijednosti, industrija se temelji na masovnoj proizvodnji nerazlučivih, standardiziranih proizvoda čija vrijednost ne odgovara njihovoj upotrebljivosti, nego razmjenskom potencijalu. Pretvaranjem jedinstvenosti u ponovljivu robu kulturna industrija kao oksimoron zapravo je podrivanje ideje kulture. „Kultura danas svemu nameće sličnost,“ (1989 : 126), pišu Horkheimer i

²⁰Ukazujemo na odjek pojma *po-stav* u pojmu muzejskog postava. Baudrillard napominje kako pariški muzej suvremene umjetnosti Beaubourg zapravo uništava suvremenu umjetnost jer ju izlaže potrošnji i manipulaciji mase. Masa prolazi kroz muzej bez zahvaćanja u smisao izložaka i bez razumijevanja suvremene umjetnosti pa zapravo simulira sudjelovanje u kulturi ili sudjeluje u simulaciji kulture kao događaju posjeta muzeju, a muzej se pojavljuje kao „spomenik odvratanju od kulture.“ (Baudrillard, 1994). Kulturno hiper-realan, muzej posjetiteljima nudi spuštanje niz plastičnu cijev kao nagradu za iscrpljujuće prolaženje hodnicima lišeno smisla. Zagrebački Muzej suvremene umjetnosti preuzeo je tu nagradu za predano sudjelovanje u simulaciji kulture, arhitekture i umjetničkog djela i ponudio kopiju pariških cijevi-tobogana, odajući time počasti tehničkoj reproduktibilnosti i izostanku svake jedinstvenosti i neponovljivosti.

Adorno. Sličnost pritom podrazumijeva da sve što kultura proizvodi, uključujući radio, filmove ili tiskana izdanja, zapravo predstavlja sistem kao standardiziranost i masovnost. S druge strane, u nametanju sličnosti možemo očitati nužnost podređivanja svega logici slike kao posrednosti, površnosti, plošnosti i simulaciji. Umjetnička slika i industrija masovnih medija funkcioniraju bitno kao opreke i negacije. Ipak, umjetnička slika ušla je u masovne medije i odjednom je posvuda, potpuno prilagođena sveprisutnosti i ponovljivosti. Umjesto uzbuđenog traganja za neponovljivim, neponovljivo nas progoni kao beskonačno umnoženo i sveprisutno reproducirano. Čini se kako je rezultat sveprisutnosti nečeg po naravi jedinstvenog zapravo dokidanje umjetničkog djela. Gdje umjetnost usložnjava i donosi novo i drugačije, masovni mediji pojednostavljaju i uniformiraju, gdje umjetnost poziva na otkrivanje, masovni mediji skrivaju i zaglupljuju. Jochen Hörisch duhovito piše: „Kao što je kuharski šešir šešir, a ne kuhar, kao što je konjska potkova potkova, a ne konj, tako je kulturna industrija industrija, a ne kultura.“ (2007 : 144)

U knjizi *Zastarjelost čovjeka*²¹ iz 1956. godine, Günther Anders napominje kako nam se posredstvom masovnih medija svijet pojavljuje kao fantom matrice.²² „Kad događaj u svom reproduciranom obliku ima veću društvenu važnost od izvornog događaja, izvornik valja oblikovati vodeći računa o tome da će se pojaviti kao reprodukcija: drugim riječima, događaj postaje glavna matrica ili kalup za odlijevanje vlastitih reprodukcija.“²³ Ovdje je na najbolji i najkraći način sažeta total(itar)na narav i pobjeda slike kao medija nad stvarnošću. U krajnje zaoštrenoj i zastrašujuće opravdanoj parafrazi ove teze, Jean Baudrillard zaključuje kako je Zaljevski rat vođen kao medijski događaj. Osim za lokalno stanovništvo, taj rat se uopće nije dogodio nego kao slika ili simulacija rata. Danas je već uobičajen televizijski kadar u kojem vidite sivu sliku kakve zgrade ili vozila, označene kvadratom i križićem u središtu. To je vizualna najava uništenja kakve žive ili nežive mete iz perspektive rakete ili drona koja za gledatelja nije uništenje i smrt nego slika uništenja i smrti koju je već u idućem trenutku moguće zamijeniti za sliku života, seksa, prirode ili letećeg superjunaka, koje su sve jednako bitno slične i nestvarne. Slika smrti nedvojbeno je potresna, ali u tom slučaju potresnost nije atribut smrti nego slike ili prikaza. Ubojstvo Osame bin Ladena bilo je prvorazredni medijski

²¹ Anders, G. 2010. *Die Antiquiertheit des Menschen*. C.H.Beck.

²² Poznati film Lane i Andyja Wachowsky *The Matrix*, u naslovu zrcali izvorno Andersovu ideju o matrici, a osobito mjesto u filmu dobila je knjiga *Simulacra and Simulation* Jeana Baudrillarda.

²³ <http://www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/projects/anders/Anders1956DissentWorldPhantomAndMatrixOCR.pdf>, str. 20. pristup: 7.12., 8:32).

događaj, a slike koju su ispucavale²⁴ kamere jednako su važna, ako ne i bitno važnija sastavnica tog događaja od metaka. Razgovor o ratu kao slici vodi se zapravo o prezentaciji, njenoj (ne)učinkovitosti ili (ne)uvjerljivosti. U središtu zanimanja nije događaj nego način na koji je događaj reproduciran i medijski transkodiran. U svijetu medija rat je jasan ili izvan fokusa, nedovoljno osvijetljen ili prikazan iz krivog kuta, loše kadriran ili jako uvjerljiv. U svijetu medija svaki događaj je nedvojbeno proizveden, obrađen i proizvoljan, a kao takav je relativiziran i dereferenciran. U svijetu medija događaj je sve samo ne događaj. Svijet masovnih medija kao svijet slike čovjeku isporučuje događaje kao rabljeno, posredovano i (re)producirano iskustvo prizvedeno za medij ili pod uvjetima medija. Svijet nije horizont i nije tamo negdje nego je uvijek sad i ovdje, gdje god možemo primati iskustva u obliku slike.

Kad je već toliko utjecajna, sveprisutna, sveodređujuća i bitno neizbježna, slika kao medij mora imati i neki pozitivni potencijal. Poput Benjamina koji u demokratizaciji umjetničkog djela vidi potencijal za društveni preobražaj, Anders napominje kako je televizija pridonijela završetku rata u Vijetnamu. Pokazalo se, piše Anders, „da u određenim situacijama televizijske slike mogu u naše domove isporučiti²⁵ stvarnost u kojoj inače uopće ne bismo mogli sudjelovati i tako nas razbuditi i potaknuti na poduzimanje nekih povijesno važnih koraka. Percipirane slike lošije su od percipirane stvarnosti, ali ipak su bolje od ničega. Slike Vijetnamskog rata koje su se iz dana u dan slijevale u američke domove doista su 'otvorile' zaslonjene oči milijuna građana, a oči prikovane uz televizijske ekrane potaknule su prosvjed koji je uvelike pridonuo okončanju genocida koji se u to vrijeme događao.“ (1956. VIII)

Siegfried Kratzauer, koji je osobitu pažnju posvetio mediju filma, u knjizi *Teorija filma* napominje kako filmska slika provodi iskupljenje vanjske zbilje, razrađujući time pojam iskupljenja dvoznačno upisan u gore navedenom Andersovom tekstu. Takav zaključak Kratzauer temelji na činjenici da fotografija, fonografija i kinematografija doduše reproduciraju stvarnost, ali to ipak čine na prilično dosljedan i pouzdan način, za razliku od jezika, umjetničke slike, kipa ili tiska. Mogli bismo reći kako ti novi mediji ostvaruju visok stupanj analognosti s predmetom prikazivanja pa ih i opisujemo skupnim nazivom analogni mediji. Jedna od ključnih posljedica te visoke razine vjerodostojnosti reprodukcije kao

²⁴ Fraza *film shooting* označava snimanje filma, pri čemu glagol *to shoot* ima dvostuko značenje snimanja i pucanja.

²⁵ Anders koristi pojam *deliver* koji nosi dvostruko značenje isporučivanja, ali i iskupljenja. To drugo značenje ima važno mjesto u Kratzauerovim ogledima o filmu.

analognosti u spomenutim medijima svakako je i kraj primarne uloge smisla, čiji su ključni medijski nositelji bili jezik i pismo.

Zvukovno-slikovni mediji u prvi plan dovode osjetila. Iako je svima jasno da proces proizvodnje fotografije, filma i zvučnog zapisa zahtijeva tehničku obradu, a time omogućuje i manipuliranje, jednako je jasno da manipuliranje nije nužna sastavnica i uvjet pojavljivanja analognih audio-vizualnih medija. Obrada i manipulacija nikako nisu istoznačnice. Kratzauer ukazuje na manipulaciju kao sekundarni, latentni sadržaj filma razlikovanjem filmičnih i nefilmičnih filmova. Tako je, primjerice, *Ulazak vlaka u stanicu* braće Lumière filmičan film koji omogućava izbjavljenje fizičke stvarnosti, dok je Mélièsova unatražna rekonstrukcija plivačeva skoka iz vode na dasku nefilmičan film. *Ulazak vlaka* obrađuje na način da dokumentira fizičku stvarnost događaja kao svrhu kamerom kao sredstvom. Unatražna rekonstrukcija plivačeva skoka manipulira na način da postavlja ili popredmećuje događaj kao sredstvo, a kameru koristi kao svrhu te ne prikazuje fizičku stvarnost događaja skoka nego događaj tehnike kao prikazivanja i skrivanja/proizvođenja/postavljanja događaja skoka. U obradi događaja tehnikom kao sredstvom, tehnika je u službi fizičke stvarnosti događaja. U manipuliranju događaja tehnikom kao svrhom, događaj je u službi tehnike, isporučen tehnici, podčinjen tehnici, podveden pod tehniku. Tako medij kao tehničko sredstvo dokumentiranja dijelom otkriva istinu bitka i otkupljuje fizičku stvarnost, dok ga medij kao tehnička svrha postavljanja²⁶ skriva jer njime intencionalno raspolaže i podvodi ga ili isporučuje kao tehnički raspoloživi predmet volji promatrača.

To je ključna točka za razumijevanje medija kao medija, a osobito medija slike u njegovim različitim pojavnostima. To je i ključna točka žustrih prijedora o Photoshopu, koje ćemo bliže promotriti u nastavku. Kritičari *fotošopiranja* negoduju zbog manipuliranja fizičke stvarnosti, zbog isporučivanja tijela tehnici, zbog tehničkog raspolaganja tijelom i u konačnici zbog manipuliranja kao negiranja i skrivanja fizičke stvarnosti tijela u slici.

Razliku između obrade i manipuliranja možemo prikazati i kao razliku između osjetila i razuma koji se susreću u već spomenutom zoru. Osjetila su tehnička pomagala tijela koja obrađuju vidljiva, čujna, opipljiva, mirisna i okusna obilježja fizičke stvarnosti kao osjetilni materijal. Kao sveukupnost logičko-spoznajnih funkcija utemeljenih na osjetilno zamijećenoj zbiljnosti, razum s pomoću kategorija međusobno povezuje osjetilne podatke i tako tvori predmete iskustva, što u bitnom smislu odgovara manipuliranju fizičke stvarnosti. Osjetilima

²⁶ Heideggerov pojam postava iznimno je koristan za razmatranje reklame u smislu tehničke svrhe tržišnog razumijevanja ekonomije kao razmjene i raspolaganja. Reklama je krajnji izraz razmjene kao odmjenjivanja i nadomještanja svega svačime.

obrađena fizička stvarnost isporučuje se ili stavlja na raspolaganje razumu kao kategorizaciji predmeta iskustva. Važnost tog događaja nije moguće dovoljno naglasiti. Događaj isporučivanja fizičke stvarnosti kategorijalnoj manipulaciji razuma, događaj popredmećivanja fizičke stvarnosti kao stavljanje osjetilnih podataka na raspolaganje razumu događaj je uspostavljanja ljudskog bića.

Kritika na račun photoshopa je razumljiva i u bitnome smislu potpuno promašena. Photoshop je alat/tehničko pomagalo za obradu slike, a u kontekstu reklamnih prikaza tijela koristi ga se na način obrade osjetilnih obilježja fizičke stvarnosti ne kao dokumentiranja, nego kao raspolaganja i popredmećivanja. Tijelo u reklami, kao i sve ostalo u njoj, nije fizička stvarnost nego objekt kojim se razumski raspolaže sukladno namjeri prikazivača. Tijelo u reklami nije svrha nego puko sredstvo, a u reklamnom susretu tijela kao osjetilnog materijala i razuma kao tvorca predodžbi, Photoshop ima ulogu razuma te služi brisanju fizički stvarnih, pojedinačnih, kontingentnih obilježja, kategoriziranju i uopćavanju, kako bi se tijelo moglo pojaviti kao ideja, kao ono ljudsko, a ne osjetilno kao životinjsko.

Spomenuli smo da zvukovno-slikovni mediji poput radija, televizije i filma u prvi plan dovode osjetila, što jasno proizlazi iz njihova naziva. Spomenuli smo i da ti mediji iskazuju visoku razinu vjerodostojnosti prikaza osjetilnih obilježja fizičke stvarnosti pa su utoliko osjetilno analogni toj stvarnosti. Ovdje u temu medija ulazi Marshall McLuhan s tumačenjem medija kao *extensions of man* tj. produžetaka čovjeka. Medijima proširujemo svoje ograničene osjetilne sposobnosti i mogućnost obrade fizičke stvarnosti. U smislu u kojem doseg osjetila kao izvora podataka o fizičkoj stvarnosti izravno utječe na kakvoću predmeta iskustva, radio, televizija, mobitel i laptop omogućavaju čovjeku proširivanje opsega spoznaje. Tisak ima iznimno ograničen doseg. Pismo također. Zanima ih smisao, a potpuno zanemaruju fizičku stvarnost. Gdje se i bave fizičkom stvarnošću, toliko su ograničeni i prenose tako malo osjetilnog materijala da su kao prijenosnici informacija gotovo karikaturalni u odnosu na televiziju, a o internetu da i ne govorimo. Napokon, da biste uopće mogli išta izvući iz teksta, morate znati čitati, a razumijevanje i tumačenje iznimno su upitni i problematični. Za sudjelovanje u ne bitno smislenim i bitno osjetilnim audio-vizualnim medijima ne trebate ništa znati. Trebate samo funkcionalna elementarna osjetila vida i sluha. Kako inkluzivno, sveobuhvatno, demokratično i oslobađajuće. Kako neelitistički. Svijet svima, a ne samo pismenima. Kako divno fizički stvarno!

Temeljni problem takve osjetilno-informacijske demokratičnosti spomenuli smo baveći se Andersovim zastarjelim čovjekom. Sadržaj medija kao reproducirani događaj ne

samo da je posredovan medijskom tehnologijom, nego se događa kao fantom matrice, kao proizveden sukladno zahtjevima medija u kojem će se dogoditi tj. kao medijski proizvod. Događaj ne dolazi izvana u medije. On se događa u mediju i na način medija. Medij je događaj. *Medij je poruka*, odjekuje McLuhan. U smislu u kojem se događaj uopće može dogoditi isključivo pod uvjetima medija, medij postaje uvjet događaja. U smislu u kojem poruke mogu postojati isključivo pod uvjetima medija, medij je uvjet poruke i poruka sama.

Ako se nestanak smisla u osjetilnosti medija jednostrano pokazuje zastrašujućim, to je rezultat kratkovidnosti, posljedica nastranog uživanja u strahu ili cinička gesta u kojoj se namjerno iscertava tamna, opskurna i prijeteća pozadina uzmicanja smisla samo kako bi smisao kao rasvjetljavanje i tumačenje još snažnije zasjao. Joshua Meyrowitz²⁷ iznimno vrijedno ističe da se u gotovo demoniziranom televizijskom društvu omekšavaju ionako medijski uspostavljene granice, jer sve izlazi na vidjelo. Odnosi djece i odraslih, muškaraca i žena, ekonomski odnosi, privatnost i javnost, svi ti odnosi kroz medij televizije izlaze iz opscenosti kao skrivenosti i nevidljivosti i na ekranu postaju vidljivi i osvijetljeni. Kao što Anders piše o pozitivnom utjecaju televizije u okončanju Vijetnamskog rata, Meyrowitz napominje kako televiziji dugujemo političke i društvene pokrete oslobođanja u 20. stoljeću. Mediji se tako pojavljuju kao apriornost kulture i društva.

Slika kao medij dijeli sudbinu medija uopće. S jedne strane, podvrgnuta je bespoštednoj kritici kao tehnička zapreka čistome iskustvu fizičke zbilje, a s druge ona je a priori bez kojeg je ljudski svijet nezamisliv.

²⁷Meyrowitz, J. 1986. No Sense of Place – The Impact of Electronic Media on Social Behaviour. Oxford University Press.

2.3 X označava mjesto

Knjiga Žarka Paića *Vizualne komunikacije* podsjeća na kartu iznimno visoke razlučivosti. Karta slike i mišljenja o slici iscertana je s toliko pažnje i pojedinosti da se slika pojavljuje osvijetljena do razine prozirnosti. Slika je prozrijeta na anatomske, atomske, nuklearne razine i više se nema gdje sakriti. Paić piše: „Definicija života u suvremeno doba bitno se promijenila. Obuhvaća mogućnost tehnološkog i estetskog oblikovanja tijela (*res extensa*) i proširenje spoznajnih mogućnosti (*res cogitans*).“ (2008 : 13) Kratko, jasno i bitno. Iznimno bitno. *Res extensa* kao protežnost, kao fizička stvarnost (slike) i *res cogitans* kao razumska stvarnost (slike). Nedostaje samo Bog i na jednome mjestu okupljene su sve tri supstancije izložene u ontologiji Renea Descartesa. Dakako, suvremenost o kojoj Paić govori suvremenost je barem od Descartesa do danas, a u krajnjem smislu zapravo od grčke filozofije do danas. Svijet se pojavljuje kao dvojnost duha i tijela, mišljenja i protezanja. Rascijepljen. Podvojen. Sve što se ima reći o svijetu i sve što jest sa svijetom spada u jednu od dvije spomenute kategorije koje su međusobno nepomirljive. *Res cogitans* kao misaono biće ili Aristotelov *zoon logon ehon* jest osobit način pojavljivanja ljudskog bića. „Ja sam *res cogitans*, a sve ostale stvari postoje kao moje mišljevine i istinite su ako su jasno i razgovijetno spoznane.“²⁸ Ako stvari postoje po meni, *res extensa* kao tjelesno biće i fizička stvarnost izvedenice su mišljenja i drugorazredna supstancija. I ovdje je fizička stvarnost isporučena razumu. I ovdje je iskazana dominacija razuma nad osjetilnom, fizičkom stvarnosti.

Ako je Descartes sve što jest podveo pod tri supstancije mišljenja, protežnosti i Boga te je uredio hijerarhiju supstancija podredivši osjetilnu stvarnost mišljenju, a mišljenje Bogu, Žarko Paić sazeo je poredak svijeta (slike) u jednome slovu. U navodu koji smo spomenuli Paić spominje *res extensa* i *res cogitans*. Ako je *res* biće ili stvar, *rex* je vladar. Ta tiskarska pogreška koja neodoljivo podsjeća na frojdovsku omašku, taj taj mali *x* koji je odmijenio *s* i omogućio da biće ili stvar postane vladar, glas(ovn)ni je i vizualno upečatljiv izraz potpune dominacije mišljenja u Paićevim nadahnutim tekstovima o vizualnoj komunikaciji i slici. Mišljenje kao vladar iskazuje svoju moć nad slikom, čini ju predmetom viđenja/razumijevanja, izdvaja ju iz okrilja goleme i bitno nerazlučive fizičke stvarnosti, a onda joj, popredmećenoj kao raspoloživoj, briše sav osjetilni kapital i svaku prirodnost. Tako

²⁸<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=14710>; pristup 9.2.2018 u 23:49.

odriješana, obezprirođena, razumski postavljena, bitno neiskusiva, apsolutna slika pojavljuje se u Paićevim meditacijama kao total(itar)ni vladar i ništitelj svijeta kao ukupnosti iskustva.

Bliskost između *res extensa* i McLuhanovih medija kao *extensions of man* odveć je očita da je ne bismo spomenuli. McLuhan nema problem s protežnošću i osjetilnošću svijeta. Ne opterećuje se mračnim i nedosežnim dubinama smisla i tehničkim popredmećivanjem kao zakrivljanjem istine bitka, ali ne stoga što to ne bi mogao, što bi bio površan ili bi mu manjkalo rasudne moći. Usredotočen je na dubinu ili doseg osjetilnosti stoga što se bavi medijima kao bitno osjetilnim posrednicima pa je smisao po naravi sekundarno pitanje. Nedvojbeno u vidokrugu ima *res cogitans*, ali ne na način Paićeva *rex cogitans* ili vladavine mišljenja. Mišljenje ne vlada prostorom audio-vizualnog tj. zvučno-sličnoga. Mišljenje je ovdje fusnota, opaska, usputni komentar osjetilnosti. McLuhan je dojmljiv na način rasterećenosti. Ne obožava mišljenje. Štoviše, kao da provodi svojevrсни logoklazam. Jasno mu je da su mišljenje i jezik nemoćni i karikaturalni pred cjelovitim svijetom osjetilnosti. U televizijskom razgovoru s McLuhanom, John Lennon napomenuo je: „riječi su nebitne,”²⁹ a komunikacija je predstavljena kao stvaranje ozračja u kojem se ljudi događaju kao cjelovita bića i u kojem osjetilnost ima ključnu ulogu. McLuhan odmah ukazuje na odraz te ideje u jeziku tj. izričaju *dirnule su me vaše riječi*, gdje se jezik i pojmovi pojavljuju na način osjetilnosti. Mnogima će isticanje nebitnosti riječi zvučati posve nespojivo s Lennonom, ali je ta napomena tim važnija je dolazi od Lennona čiji su tekstovi mnogima toliko bitni. Svijet medija za McLuhana je svijet protežnosti kao fizičke stvarnosti i osjetilnosti.

Paić doduše piše o vizualnim medijima, ali ne kao o *res extensa* nego kao potčinjenima vlasti mišljenja (*rex cogitans*) i dominaciji mišljenja. Takav pristup objašnjiv je isključivo kao dio strategije misaonog, spoznajnog apsolutizma ili pokušaja odrješivanja mišljenja od drugih obilježja ljudskog bića pa i njegove bitne osjetilnosti. Vizualnost je nerazdruživo skopčana s osjetilima. Vizualnost jest osjetilnost na način vidljivosti. Izbacivanje osjetilnosti iz razmatranja vizualnog utoliko je teorijski iznimno uzbudljiv čin koji mora imati fantastičan ishod. To je i razlog zašto u Paićevim knjigama, ali i Mitchelovoj *Ikonologiji*, nema mjesta slici kao osjetilnom prikazu. Slika kao osjetilni prikaz odveć je protežna i fizički stvarna, odveć je vizualna da bi se smisleno razmatranje vizualnosti njome bavilo. Sliku valja učiniti opscenom, valja ju sakriti da bi se njome moglo raspolagati. Slici valja oduzeti protežnost i vidljivost kako bismo je mogli primjereno umisliti.

²⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=y3bUrEcxi2g>; vidi 06:25.

Da priča bude još zanimljivija, u podlozi Paićevog nastojanja jest briga o svijetu i kao fizičkoj, protežnoj stvarnosti, koji nestaje u tehničkoj reprodukciji kao mediju. Njegovu gestu proglašavanja potpune dominacije slike čitamo stoga kao ciničku. To je skrivanje kao otkrivanje. Paić uklanja sliku s mjesta na kojem je kao cjelovita osjetilna pojavnost bila izložena dugi niz godina, otkriva pogledu tamne obrise nečega što je u bartovskom smislu *nekad bilo ovdje*, ne bi li sliku promatračima kroz taj ikonoklazam učinio prisutnom i bitnom i omogućio im da se, medijacijom ili posredovanjem simuliranog nestanka osjetilne slike, osjetilnoj slici vrate s primjerenom pažnjom. Isto Paić čini sa svijetom i životom. U činu kakvog mundoklazma i bioklazma, uklanja ih iz vidokruga, proglašava ih izgubljenima, ne bi li nam omogućio da ih bolje vidimo. Ionako je svijet konstrukcija subjekta opažanja. Ionako se razum kao raspolaganje i manipuliranje fizičkom stvarnošću ne da ukloniti iz jednadžbe čovjeka, s obzirom da je upravo razum ono ljudsko kao raspoložuće. Ionako ništa nije onako kako jest kako god to vladar razum vidi. Što nam onda preostaje, osim cinizma?

U prvom poglavlju *Vizualnih komunikacija* Paić piše: „Slike su postale sveprisutne, a vizualnost fatalnom. Kao da se sve u svijetu nužno mora vizualizirati. Kao da više nije moguće radikalno ikonoklastički ustvrditi i vlastitim činom potvrditi onu znamenitu misao pape Grgura I. iz VIII. stoljeća poslije Krista, koja je postala zapovjednim govorom zabrane slika u doba kršćanskoga ikonoklazma: »Slika je pismo za idiote«.“ (2008 : 32) Ovom *zapovjednom govoru* valja pristupiti s velikom dozom opreza. Točno je da se rečenicu pripisuje papi Grguru I. Velikom, ali nikako nije nastala u VIII. stoljeću. U VIII. stoljeću jest stolovao papa Grgur, ali III. i to od 731 – 741. godine. Papa Grgur III. i VIII. stoljeće jesu bitno vezani uz ikonoklazam, ali u potpuno obrnutome smislu od ovoga koji navodi Paić. Na sinodi održanoj u Rimu 731. godine papa Grgur III. osudio je protivnike slika tj. ikonoklaste i upravo tim činom označen je prekid odnosa s Bizantom. Ne samo da kod pape Grgura III. u VIII. stoljeću nema govora o zapovjednom govoru zabrane slika, nego posve obrnuto o zapovjednom, ali doista zapovjednom govoru osude ikonoklazma kao točke raskida s Bizantskim carstvom.

Papa Grgur I. kojem se pripisuje spomenuti zapovjedni govor ikonoklazma i rečenica *slika je pismo za idijote*, također je vezan za ikonoklazam. U pismu biskupu Serenu iz Marseillesa iz 600. godine papa Grgur I. piše: „Obožavati sliku je jedno, ali učiti što treba obožavati kroz priču koju slika prikazuje nešto je posve drugo.“³⁰ Ova rečenica dio je otvorenog i iskrenog zgražanja pape Grgura I. nad vijestima da je biskup Seren u

³⁰ Čitavo pismo pape Grgura I. biskupu Serenu vidi na: <http://www.newadvent.org/fathers/360211013.htm>;

nekontroliranom divljačkom ispadu uništio slike svetaca, bijesan zbog pojave obožavanja slika. Papu su osobito pogodile vijesti da je velik dio sljedbe okrenuo leđa crkvi zbog tog čina. Seren je prozvan zbog nepromišljenosti, iskazivanja nekontroliranog bijesa te, što je najgore, rastjerivanja umjesto okupljanja sljedbe. Seren živi među *narodima*, ljudima koji nisu niti židovi niti kršćani, među divljacima koji ne razumiju latinski jezik, a umjesto da o tome vodi računa i okuplja ih oko Crkve, Seren ih je činom ikonoklazma rastjerao. Zaključno, papa Grgur I. izražava žaljenje što će Serena pamtiti kao rastjerivača sljedbe te mu nalaže da se uzdrži od svih daljnjih postupanja i da ni u kom slučaju ne nastavlja s ikonoklastičkom praksom. Kroz sliku nepismeni čitaju, piše Papa. Slika je pismo za *nepismene* i *neuke* i prava je sreća da upravo u slikama oni mogu pronaći ono što ne mogu pročitati u tekstovima. Ako ovo jest zapovjedni govor, onda on nema baš nikakve veze sa zabranom slika, nego upravo obrnuto – kao i u slučaju Grgura III. – sa zabranom uništavanja i zabrane slika tj. zabranom ikonoklazma. To je tekst u kojem se slika pojavljuje kao *biblija za narod* ili kasnija biblija pauperum. Rečenica *slika je pismo za idijote* bitno je apokrifna. Ta rečenica u pismu pape Grgura I. Velikog ne postoji. Ona postoji kao razumska krparija, kao nešto što je netko mislio da je netko rekao jer mu je netko rekao da je netko to mislio samo što to nije rekao, ali je zasigurno to mislio. To je konstrukcija *rex cogitansa* kao simulacija.

Dakle, *slika je pismo za idijote*. Odlučimo li slijediti napomene autora ove apokrifne, simulirane rečenice, odlučnu osudu ikonoklastičke srdžbe biskupa Serena i mudru obranu slike kao didaktičkog pomagala u pismu pape Grgura I., čini se mudrim istražiti moguću dvoznačnost interpretacije. Rečenicu je moguće razumijeti i na način: *Za idijote, slika je pismo*. Svjetski popularna fraza *slika govori tisuću riječi* daje nam za pravo da ovakvo značenjsko preslagivanje izriječka pape Grgura I. shvatimo ne samo kao kakav dadaistički poklič. Slika kao osjetilni, vizualni fenomen prenosi toliko svijeta kao obzora iskustva da je jezik kao sredstvo posredovanja tog istog svijeta ograničena karikatura slike ili slika svedena na neka elementarna obilježja.

2.4 Slika kao znak

Koja je epistemička funkcija fotografske slike? Kakva je uloga fotografske slike u konstruiranju i rekonstruiranju naših uvjerenja o svijetu i ljudskome identitetu? To su ključna pitanja koja su u tekstu *Epistemička funkcija i ontologija analogne i digitalne slike*³¹ postavlja

³¹<https://quod.lib.umich.edu/c/ca/7523862.0013.011/--epistemic-function-and-ontology-of-analog-and-digital-images?rgn=main;view=fulltext>; pristup 10.2.2018. u 12:31.

Aleksandra Łukaszewicz Alcaraz. Spomenuta pitanja vraćaju nas ranije spomenutom razlikovanju sličnosti kao mimeze i konvencije, ikoničnosti i arbitrarnosti. Osobitost autoričina pristupa jest da odgovor na postavljena pitanja traži kroz supostavljanje analogne i digitalne fotografije i načina na koji se fotografija kao analogni i digitalni medij odnosi prema stvarnosti ili konstruira stvarnost.

Analogne slike su starije, piše autorica, a s obzirom na njihovu fizičku i kemijsku narav, skloni smo doživljavati ih kao slike koje predstavljaju stvarnost ili su čak Realno samo. Svijet koji prolazi ispred kamere ostavlja otisak ili trag na površini papira osjetljivog na svjetlo pa s visokom sigurnošću možemo tvrditi da je nešto fizički stvarno bilo tamo, ispred kamere. Nešto materijalno ostavilo je trag, prikazano je u fotografskoj slici kao odrazu ili konstrukciji fizičke stvarnosti. Pojam traga ili otiska vodi nas u prostor semiotike i razmatranje slike kao znaka. Upravo prema stupnju objektne relacije znakova tj. povezanosti s predmetom i načinu dobivanja značenja, Charles Sanders Peirce znakove dijeli na ikone, indekse i simbole.

Ikoni su najjednostavniji znakovi stoga što fizički nalikuju predmetu koji označavaju pa su mimetički odrazi predmeta. Vaša fotografija na putovnici vaš je ikon, prikaz krumpirića prekriven crvenom linijom na ulazu u kakav prostor na način ikona poručuje kako ulazak s hranom nije dopušten, a ikon pisaa na vašem računalu označava funkciju ispisa.

Veza indeksa i predmeta označavanja nešto je slabija. Znak je indeks ako je pod zbiljskim utjecajem objekta na koji upućuje, ako je kakav materijalni učinak fenomena, a zbiljski utjecaj očituje se kao kakva prirodna veza. Svaki uzročno-posljedični odnos utoliko može imati indeksni odnos. Vjetrokaz pokazuje smjer vjetrova, zvuk sirene ukazuje na kakvu opasnost, tamni oblaci ukazuju na vjerojatnost kiše, Sjevernjača pokazuje smjer. Navedeni primjeri dostatni su da indekse nazovemo pokazateljima, baš kao što je i jasno da je za razumijevanje pokazatelja potrebno određeno iskustvo. Tragovi antilope kao indeksi upućuju iskustvu lovca na brojne zaključke, dok nas ne moraju upućivati baš ni na što. Indeks je tako smješten između ikoničnosti i arbitrarnosti u smislu u kojem ikonički vjerno ukazuje na predmet označavanja, ali istovremeno zahtijeva iskustvo kao preduvjet očitavanja značenja. Tragovi antilope nedvojbeno su tragovi antilope, ako znate kako izgledaju tragovi antilope pa je taj pokazatelj istovremeno očit i samo moguć.

Odnos između simbola i predmeta iznimno je slab. Ne postoji baš nikakav razlog da oblak bude označen pojmom oblak. Oblak kao akustička slika može biti *cloud* ili *nuage* ili

išta, ovisno o dogovoru. Utoliko su simboli bitno proizvoljni ili arbitrarni te svoje značenje ne nalaze u odnosu prema predmetima koje označavaju nego prema drugim simbolima.

Čini se posve logičnim utvrditi kako je fotografija ikon, što primjerice smatra Roland Barthes. Fotografiska slika toliko nalikuje predmetu prikazivanja i toliko ga vjerno prikazuje da je iznimno teško zamijetiti razliku između ozačitelja i označenika pa se njihov odnos pokazuje kao neraskidivo snažan.

Prema Barthesu, fotografija za razliku od slikarstva ne ukazuje na nešto moguće realno nego na nužno realnu stvar jer nije moguće poreći da je ta stvar bila ispred kamere. Fotografija je emanacija referenta i prikaz je na način *tako je to bilo*. Fotografiska slika doduše nije zbilja, ističe Barthes, ali je bar njezin savršen analogon i upravo ta analoška perfekcija definira fotografiju.

Tim je važnije potražiti odgovor na pitanje zašto Peirce analognu fotografsku sliku svrstava među indekse. Indeks je znak koji je pod utjecajem svog predmeta, prirodni i očiti znak kao materijalni učinak određenog fenomena. Stoga je trenutak u kojem predmet ostavlja svoj trag u nekoj tjelesnoj, kemijskoj tvari trenutak indeksiranja.

„Fotografije, a osobito one neposredne, izrazito su instruktivne s obzirom da znamo da su u određenom smislu posve nalik predmetu koji predstavljaju. Ta naličnost posljedica je, međutim, činjenice da su fotografije proizvedene u takvim uvjetima da su prisiljene fizički odraziti prirodu, točku po točku. U tom smislu one spadaju u drugi red znakova koji su obilježeni fizičkom vezom.“³²

To nam ne daje za pravo da zaključimo da su analogne fotografije vjeran i pouzdan prikaz stvarnosti kakva ona doista jest, lišen ikakvog utjecaja ljudske ruke ili tijela, iako je upravo takav stav uvriježen u širokoj javnosti i dijelu filozofije. Po mišljenju Alcarazove, najčešća pogreška u razmatranjima fotografije proizlazi iz miješanja indeksnog značaja analogne fotografske slike s njenim značenjem tj. njenim ikonom. Indeksni značaj iznimno je važan i valja ga razumjeti kao ukazivanje na Realno i stvarno postojanje, bez da se o tome išta govori. Peirce stoga napominje da je čak je i takozvana *instant fotografija*, snimljena kamerom, složevina učinaka intervala izlaganja koji su bezbrojniji od morskog pijeska.

Ako je analogna fotografija ostavljala prostor da teoretičari barem nagađaju o istinitosti fotografije kao analogona, digitalna fotografija označila je kraj mogućnosti takve

³² Peirce, C. S. 1932. Collected Papers of Charles Sanders Peirce. Vol. 2. Elements of Logic. Ur. Charles Hartshorne i Paul Weiss. Harvard University Press. Cambridge. Str. 159, 281.

spekulacije. Obzor digitalnog obzor je čiste konvencije i čiste znakovitosti. Čitav digitalni svijet građen je na znaku i kao takav, potpuno je proizvoljan. Koliko god je začudna činjenica da, primjerice, hrvatski jezik kombiniranjem 30 slova tj. glasova uspijeva izreći sve što ijedan govornik tog jezika želi reći, još je začudniji učinak kombiniranja 0 i 1 u binarnome sustavu koji čini gradivni materijal digitalnog svijeta, svih njegovih slika, zvukova, tekstova i bića. U smislu u kojem je simbolička djelatnost ili stvaranje simbola³³ specifično ljudska djelatnost i temeljno razlikovno obilježje ljudskoga u odnosu na druga bića, obzor digitalnog obzor je čisto ljudskoga kao simbol-tvorbenoga. U krajnje zaoštrenom čitanju, obzor digitalnog potpuna je opreka mimezi i analognosti u smislu u kojem se ne odnosi prema nekom prethodećem ili barem supostojećem bio-realnom koje bi odražavao nego znakovima stvara vlastitu stvarnost i odnosi se isključivo prema sastavnicama vlastite kodirane, znakovne stvarnosti ili signo-realnosti. Pojavom digitalne fotografije Barthesovo *tako je to bilo* kao obilježje fotografije zvuči kao loša šala. A kako je to tako? Tako digitalnog svijeta je kako god želimo. Digitalna fotografija nije emanacija predmeta jer predmet uopće nije potreban za fotografiju. Digitalna fotografija je emanacija koda.

Prostor digitalnih medija bitno je paradoksalan. Kao audio-vizualni, digitalni mediji morali bi biti bitno osjetilni. Ipak, digitalni medij potpuni je trijumf razuma nad osjetilima. Osjetilnost digitalnog medija je kodno konstruirana. Digitalno je znak konačnog brisanja onog *zoon* iz *logon ehon*, onog *animal* iz *rationale*, onog *extensa* iz *res*. To je total(itarn)no tehničko, svojstveno ljudsko raspolaganje i po-predmećenje svega u kod. Total(itarn)no rastjelovljenje i ništenje *res extensa* putem *rex cogitans*. Unatoč bitnoj samo-referencijalnosti, jezik u kakvoj onomatopeji ipak čuva tragove uzornosti, analognost, odraznost i referencijalnost prema nečemu prirodno osjetilnome. Digitalni svijet je potpuno samo-referencijalan. Odnosi se samo prema kodu. Kod je sve i sve je kod. To je i pobjeda spoznajne

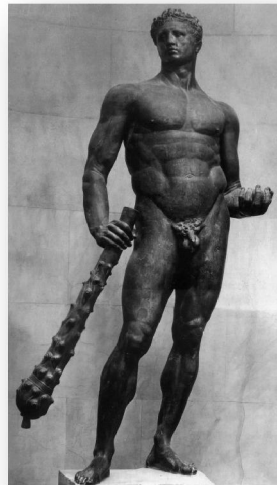
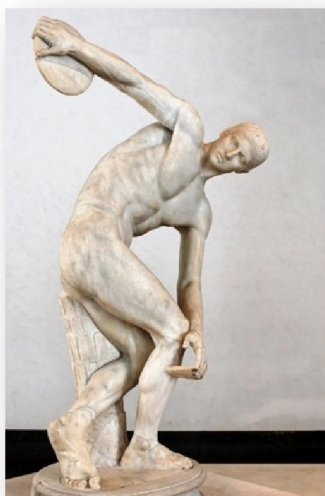
³³ Za razradu tvorbe simbola kao osobito ljudske djelatnosti, vidi *Ogled o čovjeku* Ernsta Cassirera. U poglavlju *Simbol kao ključ za shvaćanje čovjekove prirode* Cassirer napominje kako bi umjesto uvriježenog i utemeljenog definiranja čovjeka kao *animal rationale* preciznije bilo definirati ga kao *animal symbolicum*. Slijedeći kritičko razmatranje biologijskih načela Johannesa von Uexküll, Cassirer svim živim organizmima pripisuje dva temeljna sustava unutar kojih djeluju ili se ponašaju: receptorni i efektorni sustav. Receptorni sustav omogućava primanje vanjskih podražaja, efektorni reakciju na te podražaje, a oba su sustava karike lanca koji Uexküll imenuje *funkcionalnim krugom* životinje. Ukupna funkcionalnost svih organizama iscrpljuje se u međudjelovanju tih dvaju sustava, pri čemu ni čovjek nije izuzet od tih temeljnih bioloških pravila. No za razliku od drugih organizama, čovjekov funkcionalni krug proširen je novim obilježjem koju Cassirer prepoznaje kao osebujni znak ljudskog života. Čovjek je na osobit način prilagođen okolini te kod njega između receptornog i efektornog sustava nalazimo treću kariku koju Cassirer naziva *simboličkim sustavom*. Djelovanje tog sustava očituje se u razlici između organskih reakcija i specifično ljudskih odgovora. Organska reakcija je neposredan je i neodgodiv odgovor na izvanjski podražaj, dok je čovjekov odgovor odgođen i prekinut sporim i složenim procesom mišljenja. Činom misanog izlaska iz funkcionalnog kruga fizičkoga svijeta, čovjek je započeo odvojeni i udvojeni život u svijetu simbola.

teorije. Sve je konstrukt i konstrukt je sve. Prostor digitalnog prijestolnica je Paićeva rex cogitansa, konačno oslobođenog res extensa, one dosadne i ograničene protežnosti tijela, onog napornog *tu-bitka*. Rex cogitans kao čisto digitalno biće svugdje je u svakome trenutku i sve je što god poželi biti. Digitalna fotografija je konačno zakrivljanje istine bitka. Napominjemo da ćemo u daljnjem razmatranju nekako pokušati očuvati ideju analognosti dok koristimo pojam fotografija. Razmatranje istinitosti digitalne fotografije uopće ne može biti tema jer se uopće ne može pretpostaviti istinitosti nečeg proizvoljno kodiranog. Čuvamo analognost iz nostalgije i poštovanja prema ljudima koji su mislili i pisali o fotografiji u nekom drugom, zastarjelom svijetu. Bavit ćemo se fotografijaom kao još-uvijek-nekako-analognom, iako to više nije.

U tekstu *Porijeklo umjetničkog djela* Heidegger ukazuje na Van Goghove *Cipele* (Slika 4, str. 59) kao sliku koje *otkriva* čitav svijet. O istoj slici cipela pisali su i brojni drugi filozofi pa je Wallraf-Richartz-Museum u Kölnu 2009. godine postavio izložbu oko *Cipela* kao središnje slike suvremenih filozofijskih rasprava o umjetnosti i slici. Ako si Heidegger i Jacques Derrida dopuštaju tumačenje posve protežne i osjetilne slike cipela kao trag prema svijetu, čini nam se da je riječ o tragu koji vrijedi slijediti pa okrećemo pažnju prema kontingentnoj, fizičkoj stvarnosti slike.

3. POVIJEST PRIKAZIVANJA

Slike i prikazi u suvremenim medijima nezamislivi su bez Photoshopa. Suvremeni prikazi nerazdruživo su povezani s tehničkom pripremom izvornika, pri čemu je pripremu moguće tumačiti kao obradu tj. uklanjanje tehničkih nedostataka ili kao manipulaciju, obmanu i podmetanje. Prikazi ljudskog tijela osobito su problematični. Temeljni prigovor na račun suvremenih medijskih prikaza ljudskog tijela svodi se na pitanje idealiziranja. Žene su nestvarno, odveć ženstvene. Omjeri grudi, struka i stražnjice nestvarni su i nemogući. Noge su preduge. Lica su bez bore. Kose su nevjerovatno bujne i sjajne. Muškarci su njegovani, lišeni tjelesne masti, tijela su im prepuna vretenastih mišića, a trbusi opločeni. „To je podvala!“, viču zabrinuti pripadnici oba spola. To nije stvarno. Nastoje nas obmanuti i natjerati nas da poželimo biti sve ono što oni žele da budemo. Prodaju nam ideje i proizvode na način da u nama stvaraju želje koje uopće nismo imali. Ukratko, mi smo žrtve obmane, a Photoshop je temeljni oruđe obmanjivača. Čini se važnim pokušati utvrditi kad je započeo val obrade ili manipuliranja prikaza. Slijedi kratka zbirka prikaza tijela u doba antičke grčke i Rima.



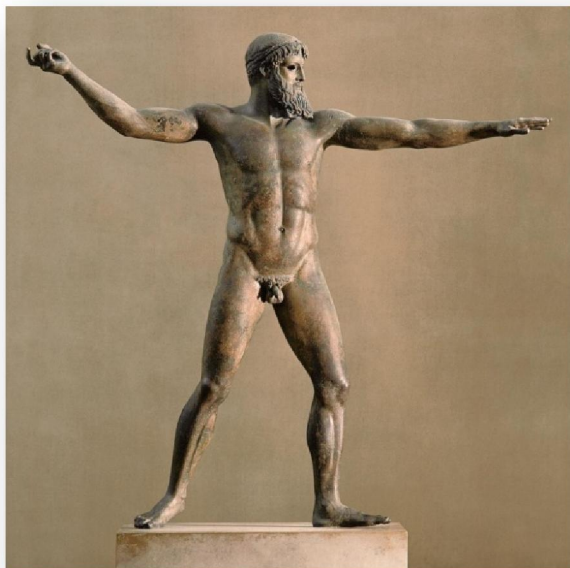
Slika 4.

Bacač diska Lancellotti, kopija grčkog izvornika, 2. st., http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Discobolus_Lancelotti_Massimo.jpg

Poliklet, Doriforos, 5. st. Pr. Kr. <http://dardel.info/museum/Museum4.html>

Heraklo, Forum Boarium, Grčka, 2 st. Pr. Kr. http://imperiumromanum.com/religion/antikereligion/hercules_01.htm

Pristup: 15.1.2018.



Slika 5.

Zeus, Artemision, <https://archaeologystudentsspeak.wordpress.com/2012/03/29/the-artemision-zeus-by-karissa-hurzeler/>
 Glikon prema Lizipu, *Farneški Heraklo*, <http://albertis-window.com/2012/07/the-farnese-hercules-and-renaissance-substitutions/>
 Pristup 17.1.2018.

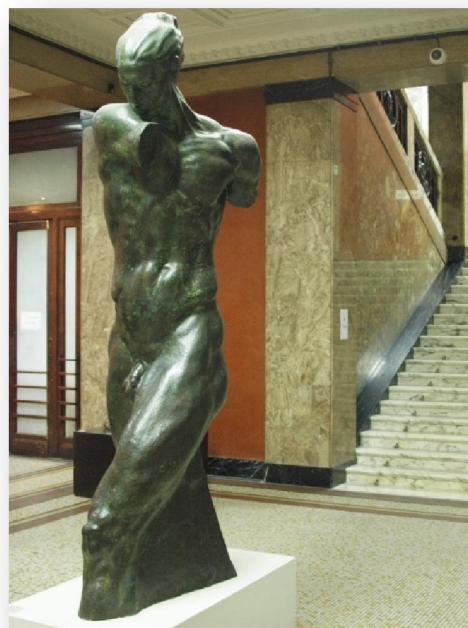
Prikazi nikako nisu izuzetci, nego paradigmatiskim prikazi ljudskoga tijela u doba stare Grčke i Rima. Daljnji razvoj prikaza jednako je zanimljiv.



Slika 6.

Giambologna, *L'Oceano*, http://sandstead.com/italy/bargello/GIAMBOLOGNA_1529-1608_Oceano_1570-75_Bargello_source_sandstead_d2h_07.jpg

Michelangelo, *David*, http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Michelangelos_David.jpg; Pristup: 17.1.2018.

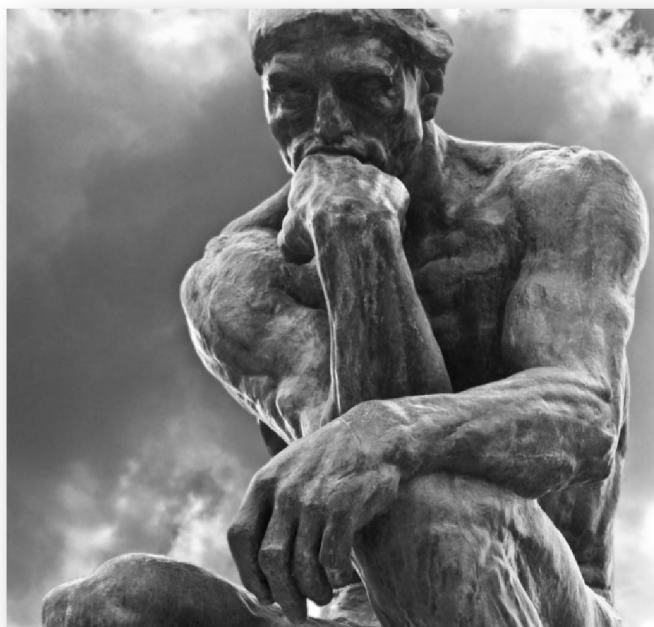


Slika 7.

B. Cellini, *Perzej* <http://www.sciforums.com/threads/favorite-artwork.141899/>;

I. Meštrović, *Miloš Obilić*, http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ivan_Me%C5%A1trovi%C4%87_Milo%C5%A1_Obili%C4%87.JPG

Pristup: 17.1.2018.



Slika 8.

A. Rodin, *Mislitelj* <https://thinkwonderthink.wordpress.com/tag/andresen/>; pristup: 17.1.2018.



Slika 9.

Steven Klein, <http://www.high-toned.fr/en/2013/01/calvin-klein-concept-2013-with-matthew-terry-by-steven-klein/>; Pristup: 12.2.2018.

Razlika između skulpturalnih i fotografskog prikaza tijela bitno je tehničke naravi. Predmet prikaza je isti, a način prikaza toliko je sličan da su razlike zanemarive. Je li Matthew Terry,³⁴ kao očiti primjer idealiziranja prikaza ljudskog tijela, tipično suvremena točka urušavanja istine prikaza?

Kako bismo odgovorili na to pitanje, nužno je uzeti u obzir ranije prikaze. Naime, svi prigovori na račun Photoshopa podrazumijevaju novovjekost idealiziranja i navodnog obmanjivanja. Album koji smo gore izložili nije potpun, ali svakako jest reprezentativan. U nekoliko slika donijeli smo prikaz ljudskoga tijela u razdoblju od 2.500 godina. Čini se kako se malo toga izmijenilo. Razlike između Matta Terryja, Mironova *Bacača diska*, Cellinijeva *Perzeja* i Rodinova *Mislitelja* zapravo su zanemarive. Sve redom savršeni prikazi snage i muškosti. Nisu nam poznati oštri prigovori naših suvremenika protiv antičkih ili renesansnih prikaza muškoga tijela, iako nije isključeno da je takvih prosvjeda bilo. Štoviše, istaknuti prikazi redom su kanonska djela kulture i kiparstva te uobičajena nadvremenske i nadmaterijalne vrijednosti. Pritom je samorazumljivo da nisu svi Atenjani, Rimljani ili Firentinci izgledali poput prikazanih skulptura. Zapravo, bitno je vjerojatnije da su te skulpture imale utjeloviti viđenje savršenog muškog tijela pa ih nismo skloni kritizirati nego ih, upravo suprotno, veličamo kao vrhunce prikazivačke djelatnosti i umijeća autora. Kao što

³⁴Matthew Terry, rođ. 1992. g., američki model poznat po reklamama za muško donje rublje branda Calvin Klein.

smo napomenuli, razlika između prikaza bitno je tehnička. Prvih osam prikaza načinjeno je u tehnici skulpture, a posljednji u tehnici fotografije. U toj tehničkoj pojedinosti uključuju se kritičari fotošopiranja fotografija. Ono su skulpture. To uopće nisu stvarna tijela. Fotografije su stvarne i prikazuju stvarna tijela i stvarne ljude. Fotografije su točan prikaz prirode. Fotografije su nekako prirodne, a skulpture su umjetne. U nastavku ćemo to pitanje prirodnosti fotografije dodatno ispitati. Za početak, dostatno je napomenuti ono očito: kipari obrađuju kamen, a fotografi obrađuju svjetlo. Kako je obrada zajednička značajka svih gore istaknutih prikaza, okrenimo pažnju osobitostima obrade kao pojma, a u konačnici i osobitoj obradi svjetla.

4. OBRADA ILI O LJUDSKOM, ODVEĆ LJUDSKOM

Pojam obrade podrazumijeva bavljenje nečim zadanim i preoblikovanje tog zadanog u nešto novo. Dok je u prirodnom smislu obrada svedena na uporabnu vrijednost novonastalog oblika,³⁵ čovjek zadane oblike nerijetko obrađuje na način koji u potpunosti mijenja njihov smisao.³⁶ Iako kipari vole reći da su njihove skulpture već bile u kamenom bloku i da su ih oni samo iznijeli na vidjelo, ta tvrdnja ipak iscrpljuje svoj smisao u prostoru pjesničkog izraza. Jednako bi teško bilo razložiti kako je prirodni smisao svjetla da ga bilježi kist slikara, fotografski aparat ili digitalna kamera.

Namjerno krećemo od krajnjeg primjera obrade. *Mokrionik/Fontana* Marcela Duchampa oblikovan za izložbu Društva neovisnih umjetnika 1917. godine, obrada je par excellence, skrivena u dojmljivom, napadnom, arogantnom dadaističkom činu kao udici za rex cogitans i okidaču paranoičke igre smisla.



Slika 10.

M. Duchamp, *Mokrionik/fontana*; <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-duchamps-urinal-changed-art-forever>; pristup 19.1.2018.

Uz golemu važnost koju taj *ready-made*³⁷ ima u povijesti suvremene umjetnosti, ovdje ga prvenstveno promatramo kao prikaz, jer on to i jest. Mokrionik kao fontana je vizualni

³⁵ Usporedi npr. ptičja gnijezda, košnice, grančice koje rabe primati i sl.

³⁶ Obrada kao promjena izvornoga smisla ili značenja predmeta (tvarne ili misaone činjenice), nerijetko je shvaćena kao obmana ili manipulacija. Izmjena slijeda događaja, propitivanje činjenica ili prikazivanje predmeta na način da se on premeće u nešto što izvorno nije, tumači se kao obmana, ali bliže razmatranje otkriva bitne manjkavosti takvog pristupa.

³⁷ Svakodnevni i u pravilu masovno proizvedeni predmet koji umjetnik odabire kao kreaciju ili misaoni poticaj. Duchamp je napomenuo kako *ready-made* nema veze s ukusom niti estetikom, nego ga umjetnošću čini sama činjenica da ga je odabrao ili, točnije, potpisao umjetnik.

fenomen. On je i čin, gesta, poruka, značenje, ali sve to posljedično, popratno izvedeno iz vizualnog, osjetilno danog predmeta. Iako bi sam Duchamp htio da ono umjetničko u tom prikazu proizađe iz činjenice umjetnikova osobnog odabira i potpisivanja djela, ipak i ovdje – duboko u razdoblju mogućnosti tehničke reprodukcije umjetničkog djela – umjetničko u djelu njegova je jedinstvenost i neponovljivost te i ovdje djelo kao bitno osjetilni predmet prethodi umjetniku kao stvaratelju. Duchamp odabire postojeći predmet i obrađuje ga na način umjetnosti: odabire najponovljiviji predmet u vidokrugu i činom odabira, potpisivanja tj. raspolaganja osigurava mu neponovljivost. Zauzvrat, neponovljivi predmet osigurava Duchampu status umjetnika. Slikovito rečeno, bez fontane, Duchamp je samo mokrionik. Bez čega što će potpisati, umjetnik ne postoji pa se i ovdje umjetnik pojavljuje samo kao tekst uz sliku kao osjetilno dani predmet, samo kao onaj mali kvadratić koji u muzeju stoji u podnožju bitnog ili uz bitno. Umjetnik je fusnota uz predmet.

Ready-made je iznimno važan pojam za naše izlaganje jer iskazuje bitnu razliku između obrade i manipulacije. *Ready-made* je predmet kao raspoloživ, a svaki čin stvaranja *ready-madea* čin je obrade kao tehničkog raspolaganja. I dok je mokrionik raspoloživ na način industrijskog tehničkog raspolaganja, *Fontana* to nije. Industrija obrađuje tj. raspolaže na način masovnosti i serijske proizvodnje. Umjetnost raspolaže tj. obrađuje na način jedinstvenosti i neponovljivosti. Takva obrada nije, međutim, manipulativna na način obmane. Duchamp ne skriva mokrionik u nečemu drugom i ne predstavlja ga kao nešto što on nije. On ne obmanjuje. Upravo suprotno od toga. On otkriva. Mokrionik za Duchampa uopće nije mokrionik. On je za umjetnika uvijek-već nešto drugo, uvijek-već fontana. Duchamp ne pretvara premet u nešto drugo nego potvrđuje umjetnost kao stvaranje novog, jedinstvenog i neponovljivog. Navedeni primjer dovoljno jasno osvjetljava čovjeku prirodenu motiviranost ili žudnju prema različitim oblicima obrade i preoblikovanja, ali nikako u smislu obmanjivanja. U kamenom bloku i sanitarnoj opremi kao prikazima, u fotografiji, slici, skulpturi ili filmu, žudnja za obradom jednako je razvidna. Napomena kako je Duchampova *Fontana* prikaz i potvrda umjetničke obrade kao stvaranja novog i jedinstvenog ne zadovoljava upućene promatrače. Oni traže dodatna objašnjenja.

Golemi katalozi koji prate izložbe podvode sliku jeziku i nastoje odgonetnuti što nam slike govore, baš poput Mitchella i Paíca. Značaj takvog pristupa vizualnom najbolje je prikazao Joseph Beuys u akciji pod nazivom *Kako objasniti slike mrtvom zecu?*



Slika 11.

J. Beuys, *Kako objasniti slike mrtvom zecu*; <https://www.artgallery.nsw.gov.au/collection/works/434.1997.9/>; pristup 12.2.2018.

Beuys je 1965. godine u Dusseldorfu organizirao „izložbu“ koja je pobudila zanimanje upućene umjetničke javnosti. U vrijeme otvaranja izložbe vrata galerije Schmela bila su zaključana, a posjetitelji nisu odmah mogli ući, nego su kroz stakleni izlog mogli promatrati, fotografirati i snimati Beuysa koji je gotovo tri sata obilazio izložene slike, noseći u naručju leš zeca kojem je nečujno šaptao na uho, objašnjavajući mu slike. Na kraju akcije Beuys je sjeo u stolac i zaštitnički privio mrtvoga zeca na grudi u pozi koja neodoljivo podsjeća na Bogorodicu u Michelangelovoj Pietà.

„Čak i mrtvi zec ima snažniju intuiciju od nekih tvrdoglavo razumnih ljudskih bića,“³⁸ izjavio je Beuys nakon akcije. Ljudsko mišljenje toliko toga čini mogućim, ali je često „intelektualizirano do smrtonosnih razmjera, mrtvo je i očituje svoju smrtonosnost na polju politike i pedagogije.“³⁹ Ako je ljude privukla i očarala ova medijski dojmljiva akcija, onda je to prema Beuysu bilo stoga što je potaknulo maštu i omogućilo im da nadiđu racionalnost i

³⁸ Navod iz Tisdall, C. 1979. Joseph Beuys. Thames & Hudson. London. Str. 105.

³⁹ Ibid.

otvore se prema „tajni propitivanja.“⁴⁰ Zaključavanjem vrata galerije posjetiteljima/akterima onemogućen je pristup događaju umjetnosti na način na koji objašnjavanje onemogućava pristup slici. Zabranjeno im je prići dok ne pristanu na tišinu. U muzejima se šuti i promatra. U koncertnim dvoranama se šuti i sluša.

Kako, dakle, objasniti slike mrtvome zecu? *Objašnjavanje slike* pojavljuje se kod Beuysa na isti način kao i *kulturna industrija* u okviru Frankfurtske škole. To je oksimoron. Kao što industrija smrtonosno djeluje na umjetnost, objašnjavanje smrtonosno djeluje na sliku. Kao što industrijsko kao serijsko, beskonačno umnoženo i potpuno nerazlučivo uništava umjetničko kao jedinstveno, neponovljivo i osobito, tako objašnjavanje kao razumsko, intelektualno, pomovno i kategorijalno uništava sliku kao osjetilno, prirodno, neposredno i intuitivno dano. Objašnjavanje je kobno ništenje i usmrćivanje slike, a podvođenje slike razumu nasilje je nad slikom. Rex cogitans kao tumačenje i objašnjavanje nasilna je, kobna i smrtonosna fusnota uz res extensa slike kao bitno osjetilne, tjelesne i protežne. Slike treba spasiti od smrtonosne vlasti mišljenja, razuma i smisla.

U ogledu *Mala povijest fotografije* Walter Benjamin prenosi Brechtov navod: „Jer položaj postaje složen budući da jednostavan *prikaz zbilje* manje nego ikad iskazuje nešto o zbilji. Fotografija Kruppovih ili A.E.G.-ovih tvornica ne odaje gotovo ništa o tim institucijama. Prava je zbiljnost skliznula u funkcionalno. Opredmećenje ljudskih odnosa, tako, na primjer, tvornica, više ne odaje ništa o njima. Valja stoga uistinu nešto sagrađiti, nešto umjetno, izmišljeno.“⁴¹ Kako je Benjaminu uspjelo ne razumjeti važnost ovog Brechtovog navoda koji o slici i fotografiji govori sve bitno, teško je razumjeti. Da je Brechtovo razumijevanje fotografske slike usklađeno s Peirceovim indeksnim značajem fotografije koja ne govori ništa o prikazanome, ne treba osobito naglašavati, ali to ipak činimo jer ta bit fotografije kao fotografije očito uspijeva promaknuti i upućenima. Da stvar bude gora, a njegovo nerazumijevanje slike i fotografije još uočljivije, Benjamin ogled završava Baudelaireovim navodom: „U tim otužnim danima javlja se nova industrija koja znatno pridonosi učvršćivanju politike gluposti u njezinoj vjeri ... da umjetnost nije ništa i ne može biti drugo do točnog prikaza prirode ... Osvetnički je bog uslišao glas tog mnoštva. Daguerre posta njegov Mesija.“ Ne čini se potrebnim u pristupu slici i fotografiji išta dodavati Brechtu i Baudelaireu. Ipak, Benjamin ne samo da ne razumije ove navode nego Baudelaireu otvoreno, a Brechtu prešutno pripisuje nerazumijevanje „poruke“ skrivene u „autentičnosti fotografije.“ Benjamin Brechta slijedi samo utoliko što ideološki odlučuje sagrađiti „umjetno, izmišljeno“

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Benjamin, W. 1986. Estetički ogledi. Školska knjiga. Zagreb. Str. 164.

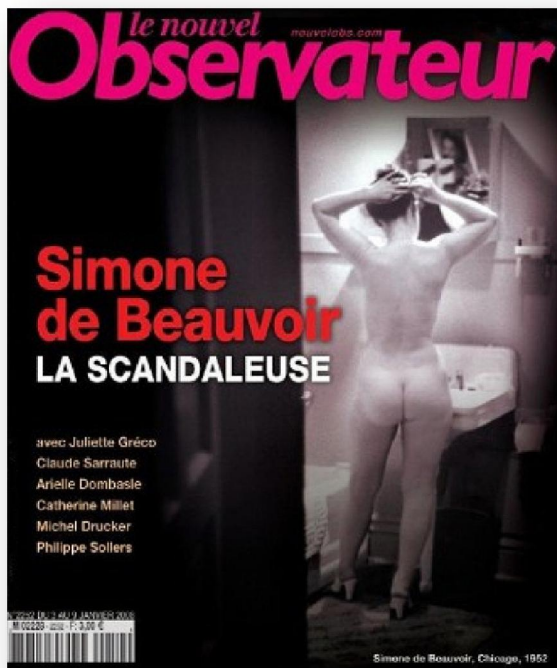
razumijevanje fotografske slike, a Baudelaire odlučuje ideološki školovati pa piše: „...valja uvesti slova, što razumijeva fotografija literarizacije svih životnih prilika, a bez kojih sva fotografska konstrukcija ostaje nejasna ... Nije li na fotografu – potomku augura i haruspika – da na svojim slikama otkriva krivnju i obilježi krivca? ... Nije li još više od analfabeta fotograf koji ne zna čitati vlastite slike? Neće li pismena postati najbitniji sastavni dio fotografije?“ Kakav veličanstven primjer potpunog nerazumijevanja slike i fotografije! Kakav veličanstveni primjer mišljenja intelektualiziranog do smrtonosnih razmjera, o kojem je govorio Beuys! Kakvo nasilje nad fotografijom! I konačno, kakvo razotkrivanje *rex cogitansa* u punoj njegovoj nemoći pred slikom kao vizualnom, osjetilno danom, fizičkom stvarnosti! Sliku i fotografiju treba spasiti od Waltera Benjamina.

4.1 Photoshop

Obrada fotografija u Photoshopu ili popularno *fotošopiranje* razumno je prokazano kao laž i obmana, kao neetični čin manipulacije. Problematici su rezultati obrade u više društvenih konteksta, a poglavito pitanja obrade ljudskog tijela u svrhu promicanja i prodaje kakve robe ili ideje. Kad je 3. siječnja 2008. godine francuski časopis *Le Nouvel Observateur* odlučio obilježiti stotu godišnjicu rođenja Simone de Beauvoir,⁴² na naslovnici je objavljena fotografija filozofkinje na kojoj se naga uljepšava pred ogledalom, uz naslov *Skandalozna Simone de Beauvoir*. Fotografiju je 1950. godine snimio Art Shay.⁴³ Kako je de Beauvoir jedna od ikona feminizma i najveći dio opusa posvetila je upravo borbi za prava žena i borbi protiv stereotipa o ženama, lavina kritika na račun takvog kontekstualiziranja posve je razumljiva. Iako je prikaz de Beauvoir kao djevojke s duplerice iznimno uzbudljiva tema, pažnju ćemo posvetiti fenomenu koji dodatno usložnjava urednički zahvat časopisa. Fotografija je *fotošopirana*.

⁴² Simone de Beauvoir (1908 – 1986), filozofkinja, utjecajna autorica filozofije egzistencijalizma. Tvrdnjom kako se ženom ne rađa, nego se ženom se postaje, ističe kako žena nije biološki nego društveni konstrukt i kako je žena *drugi spol* samo zato što ju drugom/drugačijom prikazuje dominantni patrijarhat. Sloboda, pravo na samoodređenje i jednakost za nju su osnove svih vrijednosti.

⁴³ Beauvoir je u Americi posjetila Nelsona Algrena, pisca s kojim je tada bila u vezi. Prema riječima fotografa Arta Shaya, Algren je bio ljut jer njegov iznajmljeni stan nije imao kadu ni tuš pa je zamolio Shaya da pronađe stan gdje bi se gospođica mogla oprati. S osmjehom ga je upozorio da *francuzica* rijetko zatvara vrata kupaone. Tako je Shay u jednom trenutku ugledao Beauvoirovu, koja je nakon tuširanja stala pred ogledalo. „Opalio sam dvije ili tri brze fotke, a ona je čula zvuk okidača. Rekla je: „Ti si pravi mali zločko,“ ali nije zatvorila vrata niti me zamolila da ju prestanem fotografirati. (<https://t1maker.wordpress.com/2009/03/08/simone-de-beauvoir/>; pristup: 19.1.2018.)



Slika 12

Naslovnica, https://www.1stdibs.com/art/photography/black-white-photography/art-shay-simone-de-beauvoir/id-a_2259223/

Art Shey, <http://dbarfeducation.blogspot.hr/2015/11/centenary-of-simone-de-beauvoirs-birth.html>

Pristup 19.1.2018.

Tijelo filozofkinje je obrađeno, zaglađeno, dodatno osvijetljeno kako bi se manje uočavale nepravilnosti. Motivacija za takav čin može biti dvostruka. S jedne strane, riječ je o želji da se ženu i tijelo općenito prikaže u najljepšem mogućem svjetlu. Istovremeno, čini se kako je obrada fotografije/prikaza tehnički i kontekstualni preduvjet bez kojeg tisak kao medij jednostavno ne može. Neobrađeni, tehnički nesavršen prikaz neprimjeren je vizualnom mediju, tim više što je riječ o *djevojci s naslovnice* koja mora biti savršena. Fotografije, slike i prikazi svih vrsta jednostavno više ne ulaze u tisak bez obrade, a obrada je barem jednako važna kao i sam izvorni prikaz. Kako onda očuvati izvornost? Nije li upravo izvornost ono što daje vrijednost prikazu? Nije li izvornost jamstvo njegove nepromjenjive istinitosti?

Ova fotografija utjelovljuje sve bitne elemente rasprave o fotografskoj slici, o njenom odnosu prema stvarnosti i prema istini. Shvatimo li fotografiju kao mimetički odraz fizičke stvarnosti, ona se pojavljuje kao ogledalo. Fotografska slika time je isto što i površina ogledala koje odražava sliku predmeta doduše prividne dubine, ali svakako visoke vjerodostojnosti. Svaka intervencija u takvu sliku jednostavno je nezamisliva, nedopustiva i ima značenje obmane tj. manipulacije. *Fotošopiranje* uzora izdaja je osjetilne istine fizičke

stvarnosti, a time i istine samog bića. Simone de Beauvoir je izdana jer je svedena na puki raspoloživi predmet, na *ready-made* kojim je urednik fotografije odlučio raspolagati na način prikrivenog i obmanjivog transformiranja bitno osjetilnog tijela u sliku s duplerice kao ideju. Nije li to definicija manipulacije u svijetu slike? Nije li to to je pobjeda kritičara *fotošopiranja* u punome sjaju?

Prikaz de Beauvoirove iskazuje jednaku nepokolebljivost osjetilnog, kao i Duchampov prikaz *Fontane*. Filozofkinja je fotografirana ispred ogledala, u činu uljepšavanja i uređivanja. Suočeni smo, dakle, s dva ogledala u jednoj slici. Prvo ogledalo je ono fotoaparata koje je na svjetlosno osjetljivoj površini filma odrazilo fizičku stvarnost događaja fotografiranja i uljepšavanja uzora, a drugo je ogledalo ono unutar događaja, koje je odrazilo fizičku stvarnost događaja uljepšavanja de Beauvoirove. Suočeni smo tako s dvije razine odražavanja događaja od kojih je svaka jednako fizički (ne)stvarna. Nitko razuman neće tvrditi kako je model fizički prisutan u fotografiji, baš kao što je jednako fizički odsutan u ogledalu. Valja imati na umu da oko fotografa uopće nismo spomenuli, a već smo utvrdili postojanje barem dvije razine odražavanja.

Da stvar bude još složenija, de Beauvoirova kao model uslikana je u trenutku uređivanja koje vidimo kao obradu, kao raspolaganje vlastitom fizičkom stvarnošću na način konstruiranja i mijenjanja. Simone de Beauvoir sebe (u ogledalu, ali prije toga u samo-svijesti) vidi kao *ready-made* i raspolaže vlastitom fizičkom stvarnošću na način razumskog transformiranja te stvarnosti u ideju. Kao što se čovjek uopće pojavljuje tek u konstruktivnoj obradi i raspolaganju, Simone de Beauvoire pojavljuje se kao ljudsko biće upravo u uređivanju, šminkanju, samo-viđenju/razumijevanju, obradi i fotošopiranju vlastite slike. Fotograf ju je obradio kadriranjem, grafički urednik časopisa Photoshopom, ali to su tek druga i treća razina obrade u odnosu na početnu samo-fotošopiranost uzora. I fotograf i grafički urednik tek vjerno odražavaju izvornu neizvornost tj. konstruiranost uzora jer su i sami kao ljudska bića jednako izvorno neizvorni i konstruirani.

Obmanju je li nas Simone de Beauvoir time što se šminka i obrađuje vlastitu sliku? Je li neetična? Je li lažljivica zato što nanosi rumenilo? Je li moguće da se obmana ili izdaja istine prikaza ne događaju u leći fotoaparata kao tehnike, niti u ogledalu kao tehničkom pomagalu koje reproducira neponovljivu i jedinstvenu, osjetilnu fizičku stvarnost de Beauvoirove kao istinu bića? Je li moguće da je izdajnik te istine biće samo, uhvaćeno u paradigmatiskom trenutku izdaje okom fotografa, ogledalom fotoaparata i ogledalom u kojem se uzor uređuje nakon kupanja? Je li moguće da se osjetilna, fizički stvarna istina bića sama

pojavljuje kao konstrukcija? Je li moguće da o obmani i izdaji uopće ne možemo govoriti, s obzirom da se ljudsko biće kao biće pokazuje upravo u činu raspolaganja samim sobom i vlastitom fizički stvarnom prirodom kao obradom? Pitanja su retorička. Osjetilna, fizička stvarnost ljudskog bića kao izvornost osobito je i na način konstrukcije kao izvedenosti ili posrednosti. Čovjekovo tijelo kao izvornost je i na način razumskog raspolaganja njegovom fizičkom stvarnošću. Čovjekova prirodnost kao izvornost je i na način pojma, pomišljene, raspoložive, obradive su-prirode.

Klađenje na istinu prikaza u fotografiji bitno je bespredmetno jer je klađenje na razumnost slike koja je, međutim, bitno osjetilna. Fotografija kao slika kadrirana je i snimljena tako što je obrađena tehničkim pomagalom fotoaparata. Fotografija kao značenje ili tekst ili smisao kadrirana je i snimljena mišljenjem prije nego što je pritiskom okidača otvoren prolaz svjetlosti kao fizičkoj stvarnosti prema osjetljivoj površini filma, gdje će se ova odraziti kao indeks tj. naznaka nečega što je bilo ispred kamere. Fotografski aparat kao tehničko sredstvo obrade svjetla jednako je smislen kao površina vode, a fotografska slika jednako je smislena kao odraz okoline na površini vode ili u ogledalu. Pripisati fotografskoj slici etičnost znači pripisati površini vode i ogledalu etičnost. Baš kao i na površini vode ili u ogledalu, u fotografskoj slici nema nikoga i ničega. To su indeksi, osjetilno dane naznake nečeg besmislenog, osjetilno danog. Nije li upravo o tome pisao Brecht kad je napomenuo da jednostavan *prikaz zbilje* manje nego ikad iskazuje nešto o zbilji i da opredmećenje ljudskih odnosa u fotografiji više ne odaje ništa o njima. Fotografije kao opredmećene, osjetilne naznake sve su samo ne istinite ili lažne. Fotografske slike upće postoje kao fotografije samo ako ništa ne govore o uzoru. Njihova nijemost i besmislenost uvjet je njihova postojanja. Oko fotografa aparat je mišljenja kao onto-tehničkog ili bitno tehničkog, osobito ljudski popredmećujućeg, a ideja fotografije kao znaka i sadržaja odraz je već postojeće ideje slike kao predodžbenog popredmećenja i kao takva nema baš nikakve veze s fotografijom kao osjetilno danom, fizički stvarnom slikom. Objašnjavanje fotografije, baš kao i svake slike, nasilni je i potencijalno smrtonosni nasrtaj razuma na sliku i osjetila. Fotografiju treba spasiti od objašnjavanja, što nije nimalo lako.

4.2 Istina izvornog prikaza

„Iako određivanje onoga što ćemo i kako prikazati nije istovjetno postavljanju granica u pripovijedanju, tim činom ipak unaprijed tumačimo ono što će biti uključeno ili isključeno iz

polja percepcije.“⁴⁴ Ovaj navod Judith Butler, izvorno usredotočen na medij fotografije ili, točnije, na fotografske prikaze rata, osvjetljava jednu od ključnih sastavnica zahvaćanja u tematiku *prikazivanja*, slikovnog, vizualnog predstavljanja kao nečega specifično ljudskog. Čitajući ga krajnje dosljedno, možemo ustvrditi kako je svaki prikaz⁴⁵ bitno kadriran, režiran, manipuliran ili unaprijed označen činom tumačenja prikazivača. Sve što je prikazano obilježeno je namjerom prikazivača pa je u tom smislu svaki prikaz intencionalan.

Suprotstavljajući se Johnu Ruskinu⁴⁶, Ernst Gombrich⁴⁷ piše kako je nevino oko mit i naglašava važnost uloge promatrača. Poput primanja bilo koje druge poruke, čitanje slike ovisi o promatračevu predznanju o mogućnostima tumačenja. Apriorizam ili prethođenje tumačenja skopčani s prokazivanjem nevinoga, čistog oka kao mita otrovna su strelica ispaljena u srce ideje o istinitosti izvornoga prikaza.

Kantov *kopernikanski obrat* zauvijek je odnos između čovjeka i svijeta okrenuo u korist onoga koji gleda. Iz optike spoznajne teorije, ono jedino bitno i jest promatrač koji misli ili kategorijalno konstruira ono zbiljsko. Objekti obilaze oko nas. Ne ide promatrač svijetu. Nema čemu ići. Objekti se nude subjektu kako bi po njemu ušli u postojanje. Fotografski aparat je nebitan. Onaj tko njime barata i koristi ga, on je fotoaparat. Fotografska slika je nebitna. Ona uopće jest samo po spoznajućem subjektu i objekt je koji kao pojam i predodžba postoji u svijesti fotografa prije čina fotografiranja i otiskivanja svjetla u mediju. Fotografija je fotograf. Fotografija, tamna komora i kamera tek su kopije zamisli stvaranja slike. Pišući o moći prikazivanja, John Tagg napominje:

„Poput države, kamera nikad nije neutralna. Njeni prikazi su visoko kodirani, a moć koja iz njih izvire nikad nije njihova. Kao sredstvo dokumentiranja, ona stiže na mjesto događaja kao nositeljica osobitog prava da privede, prikaže i preobrazi svakodnevni život ... Moć kamere ne postoji. Riječ je o moći aparata lokalne države koji tu kameru koristi i jamči da su nastale slike valjani dokaz ili bilježenje istine.“⁴⁸

⁴⁴ Butler, J. 2009. *Torture and the Ethics of Photography: Thinking with Sontag. Frames of War.* Verso. London i Brooklyn. 63-100.

⁴⁵ Pojam *prikaz* koristimo u značenju svake vidu-primjerene tvorbe, bilo da je riječ o slici, fotografiji ili pokretnoj slici.

⁴⁶ John Ruskin (1819 – 1900); britanski estetičar i sociolog; lijepo, istinito i dobroza njega su istoznačnice.

⁴⁷ Ernst Gombrich (1909 – 2001), povjesničar umjetnosti, poznat po razmatranju Renesanse i psihologije percepcije.

⁴⁸ Tagg, J. 1988. *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories.* University of Minnesota Press.

Nije li onda fotografija doista prostor istine, laži, općenito etičkoga, političkog i ideologijskog? Svi ovi navodi naoko ukazuju na takav zaključak. Ne smijemo, međutim, zanemariti jednu očitu pojedinost. Kao kod Mitchella i Paića, u svim ovim navodima predmetna slika ne postoji i potpuno je zanemariva. Postoji promatrač, postoji fotograf, postoji oko, postoji država, ali ne i slika kao osjetilna, fizička pojavnost. Slika je kao medij sociologijski transformirana. Čak ni kamere nisu fizička tehnička pomagala nego su po-osobljene pa je kamera zapravo sociologijski relevantan produžetak osobe ili osoba koje imaju političku ili vjersku moć. Jesmo li se time vratili McLuhanu? Nisu li to oni čuveni McLuhanovi produžeci ili točnije protešci čovjeka? Nisu.

Ovdje se vraćamo ključnoj razlici između pojma slike i slike kao osjetilne pojavnosti. Taggova kamera produžetak je političke moći i državnoga aparata. Gombrichova slika je tekst koji valja čitati i tumačiti. Fotografija Butlerove je naracija koja traži tumačenje i ovisi o percepciji. McLuhanova fotografija je osjetilna slika koju proizvodi tehnički tj. medijski uvećano oko. Za McLuhana mediji nisu po-osobljeni. Mediji su osjetilni. Oni su oči, uši i ruke, osjetila koja su suvremenim audio-vizualnim medijima pojačana do razine hiper-osjetilnosti. Ako McLuhan govori o slici, onda ostali spomenuti teoretičari ne govore o slici i obrnuto. Obavezni smo ponoviti: McLuhanovi mediji su na način osjetilnog, a ne razumnog. Njegovi produžeci su na način produžetaka osjetila, *extensions of man* su na način *res extensa*, na način protežnosti, a ne na način *res cogitans* te još manje na način *rex cogitans*.

Sliku kao osjetilno dani medij ne možemo poistovjećivati sa sadržajem ili predmetom prikaza, što čine i Butlerova i Gombrich i Tagg. Sliku ne možemo poistovjećivati niti s predodžbom i mišljenjem kao popredmećivanjem, što čine Mitchell i Paić. Slika kao vizualni medij slika je nezvezano uz to što prikazuje. Televizijska slika nije ono što je prikazano u televizijskom programu. Za primjer, dovoljno je isključiti zvuk tijekom gledanja dnevnika, središnje informativne(!) emisije, da postane jasno kako slika (a bitno niti televizor) nije na način informacije i komunikacije, nego na način osjetila te kako je informativnost krhka, slaba i neprimjerena u vizualno danom mediju. Utišavanjem zvuka govora slika će se u trenu pokazati u punoj odvojenosti od teksta, etike i ideologije. Svi stručnjaci svijeta za verbalnu i neverbalnu komunikaciju u toj će situaciji biti nijemi jer slika niti išta govori niti se o njoj išta ima za reći. Sliku se gleda. Moguća komunikološka opažanja bit će svedena na opažanje životinjske, nagonske razine komunikacije, dok će razmatranje ona razumske, jezične razine biti puko paranoičko nagađanje. Ako bi paranoički i uspjeli konstruirati nakakav smisao ili sadržaj tih nijemih slika, slika se neće izmijeniti jer joj sadržaj i informativnost nisu ono što ju čini slikom. Slika je osjetilno neovisna o sadržaju slike.

Fotografija kao medij nije sadržaj fotografije i čista je osjetilna pojavnost. Fotografija Josepha Beuysa koji u naručju čuva mrtvog zeca nije Joseph Beuys koju u naručju čuva mrtvog zeca. To je fotografija. Ono na što u sadržajnom smislu indeksno ukazuje druga je, zasebna razina fotografije kao slike, a čak i na toj drugoj razini slike fotografija ne govori baš ništa o Josephu Beuysu i mrtvom zecu u njegovu naručju, koji su nekad negdje prošli ispred objektiva fotografskog aparata. Brechta, Peircea i Baudelairea treba uvijek imati na umu.

Prihvatimo li tvrdnju da fotografija i slika općenito nisu ono što prikazuju, da slika kao mediji postoji odvojeno od onoga što prikazuje i da ono što je prikazano nije *zapravo* to nego nešto što se pojavljuje kao osjetilni trag i nešto što – poput tamnih oblaka na obzoru – upućuje na nešto ili je naznaka nečeg mogućeg, ali nikako ne nužnog ili bitnog, tada razgovor o etičnosti, istinitosti ili objektivnosti⁴⁹ slike postaje bespredmetan. Ne možemo zamisliti složenije ispitivanje te tvrdnje od izlaganja slike tržištu.

4.3 Slika kao reklama

Kao reklamni medijski proizvod, slika je naglašeno konstruirana. Očito, transparentno, vidljivo, neskriveno i ponosno konstruirana. U televizijskom programu reklame su sastavni dio programa. Najavljene su. Ne skriva ih se. Finale američkog *Super Bowla* prepoznatljivo je i uzbudljivo kao vrhunac natjecateljske ekonomije sporta, ali i kao vrijeme kad će svijetu biti prikazane reklame koje čine vrhunac i bit opće i prevladavajuće ekonomije razmjene. Reklama je proizvod reklamne industrije, pogona u kojima se masovno proizvode slike i riječi za potrebe prodaje i razmjene. Za razliku od kulturne industrije kao oksimorona, u odnosu između reklame i industrije nema nikakvog proturječja. Reklama je ponos svake industrije, svetinja tržišne ekonomije razmjene i odmjenjivanja svega svačime. Osobita je i po tome što je bitno samo-referencijalna. Sve su reklame zapravo reklame za industriju reklamiranja, za ekonomiju kao natjecanje u razmjenjivanju ičega ičime, za vrijednost kao puko spekulativnu i lišenu svake materijalne referencijalnosti. Reklame reklamiraju reklamu kao način pojavljivanja proizvoda, usluga, osoba, mjesta, svijeta uopće, na način eliminacije upotrebne i obožavanja razmjenske vrijednosti.

Coca-Cola je univerzalni nadomjestak za osjećaj. *Taste the feeling*. Okusite osjećaj. Okus je osjećaj. Okus odmjenjuje osjećaj. Ljubav je slatka kao šećer. Sebičnost je limunski kisela. Društvena odgovornost krhka je poput mjehurića ugljikovog dioksida. Zaobljeni otvor

⁴⁹ Poveznica između objektivnosti i *objektiva* kao dijela fotografskog aparata i više je nego očita. Taj bi alat imao popredmećivati i prikazivati stvari baš onakvima kakve jesu.

boce na njegovim usnama njene su usne, tako slatke, tako pune okusa. Ljubav ima okus *Coca-Cole*. Ljubav je *Coca-Cola*. Ljubav je reklama. *Coca-Cola* je Božić za agnostike. To je onaj simpatični, crveno-bijeli obožavani lik obezbožene božićne ikonologije. Tako glasi opća formula reklame:

Božić – Isus = Coca-Cola.

Nešto – ono bitno = (N)išta

Uklonimo li ono bitno iz jednadžbe, sve je moguće razmijeniti za išta, odmijeniti i nadomjestiti ičime. To je središnja logika ekonomije razmjene, ali i logika jezika kao razmjene i međuodnošenja proizvoljnih znakova. I tržište i jezik razmjenjuju znakove. Burzovni mešetari prate indekse(!), pokazatelje ili naznake. Vrijednost dionice izraz je očekivanja, izgleda, mogućnosti, a ne nekakve referencirane materijalne vrijednosti. Materijalna vrijednost samo je moguća kao naznačena. Uporabna vrijednost nebitna je u odnosu na razmjensku.

Nova Mercedesova S klasa poručuje: *Feel Intelligent Drive*. Osjećajte se inteligentno, vozite. Automobil vozi životinja, a prirodni primitivizam, nerazumnost i neinteligenciju lava/brokera za volanom odmjenuje umjetna inteligencija tehnologije. Utješno. Vođeni ste nagonima, a ne razumom? Ništa zato. I vi možete imati dojam da ste inteligentni ako vozite Mercedes. Vaša životinjska neinteligencija nije nikakav problem. Čak štoviše! To je preduvjet kako vaše uspješnosti u *biznisu*, tako i posjedovanja Mercedes. Mercedes je inteligentan auto za uspješne, nagonom vođene, nerazumne životinje. Mercedes je nadomjestak za inteligenciju. Izraženo gore navedenom univerzalnom formulom reklame:

Automobil – prijevozno sredstvo = inteligencija.

Zanemarimo li sintaktičku strukturu kao temeljnu logiku tj. matematiku jezika, ulazimo u prostor čudesne značenjske proizvoljnosti u kojem kao znakovi supostoje Isus i Djed Božićnjak, Immanuel Kant i Harry Potter, Višnu i Higgsov bozon, reklame i etika, svi jednako relativni kao odnosno postavljeni jedni prema drugima i svim drugim znakovima, svi jednako stvarni kao popredmećeni tehničkim postavljanjem tj. razumskim raspolaganjem. Što se u tom kontekstu događa sa slikom?

Slika nježnog poljupca pape Benedikta XVI i Ahmeda Mohameda el-Tayeba, imama džamije Al-Azhar u Cairu (Slika 13, str. 60), koju je u sklopu kampanje „Odmrzi“ za talijanski Benetton konstruirala marketinška tvrtka Ad Age, pobudila je veliko ogorčenje

među kršćanima i muslimanima. Kampanja je sljubila i niz drugih slika, pa su se tako na golemim uličnim plakatima cjelivali njemačka kancelarka i francuski predsjednik, predsjednici Amerike i Venezuele, izraelski premijer i predsjednik palestinske samouprave. Fotošopirane fotografije uistinu su potresne i zabrinjavajuće, ali nimalo zbog onoga što prikazuju. Potresne su zato što otkrivaju razmjere i uvriježenost nerazumijevanja slike. Zabrinjavajuće su jer ukazuju na nepismenost, a zapravo slabovidnost ili sljepilo koje je spomenuo i samo-dijagnosticirao Walther Benjamin, govoreći o fotografiji.⁵⁰ Ako nije jasno – a mora biti – da se na slikama ne ljube papa Benedikt XVI. i imam Ahmed Mohamed el-Tayeb i da prikazi na Benettonovim fotografijama nisu zapravo *to* što je prikazano nego indeksi, naznake ili kakvi pokazatelji koji baš ništa ne govore o predmetu prikazivanja osim da je riječ o slici i reklami, onda bi moralo biti jasno i očito da ispod tih naznaka ne stoje imena naznačenih kao kakva referenca na materijalno, fizički stvarno biće nego općeniti pojmovi/jezični znakovi koji se ne referiraju ni na što materijalno nego na druge znakove te samo upućuju na ili indeksiraju polje u kojem bi se naznačeni mogli pojavljivati. Papa je naznačen kao Papa, a Imam kao Imam. Zašto je uopće potrebno to objašnjenje? Nije li to samorazumljivo? Svi znamo tko je to, zar ne? Zašto ispod lika s bijelom kapicom i lika s bijelo-crvenom kapicom stoji tekst Papa i Imam? Zato što su oba lika, kao slike, potpuna nepoznanica. Nekoga će kao indeksi upućivati na crkvene velikodostojnike, nekoga na reklamu, nekoga na Benetton, nekoga na ljubav, mir, odnose među spolovima, proizvođače šešira, a nekoga – i to golemi dio svjetske populacije – baš ni na što. Slike ne govore ništa. Ljudi govore svašta.

Marketinška agencija koja je osmislila kampanju ne bi imala nikakvih problema pri dokazivanju kako na fotografijama uopće nisu *te* osobe nego tek netko sličan, netko tko nalikuje tim osobama ili nekoga podsjeća na njih. Fotografije su indeksi, pokazatelji, naznake mogućeg. Pretpostaviti da na slici jesu te osobe značilo bi iskazati priličnu naivnost ili točnije glupost koju spominje Baudelaire. To su slike. Slike nisu ono što prikazuju jednako kao što

⁵⁰ Valja svakako napomenuti kako i Benjaminu promiče ono bitno fotografije kao slike, što je osobito zanimljivo jer je to bitno izriječom spomenuo u *Maloj povijesti fotografije*. Umjesto razmatranja bitnog, Benjamin romansira fotografiju. Oplakuje zlatno doba fotografije u njenih prvih desetak godina. Pripisuje joj auru, ono osobito umjetničko, ali ne na način umjetničkog nego tehničkog. „Pogledajmo samo Schellingov kaput; on doista sigurno može s vlasnikom prijeći u besmrtnost; oblici što ih je poprimio na svom vlasniku dostojni su nabora na njegovu licu.“ Ili, „Usprkos svom umijeću fotografa i svoj namještenosti držanja njegova modela, promatrač neodoljivo osjeća potrebu da u takvoj slici potraži sićušnu iskru slučaja, Ovdje i Sada, kojima je zbiljnost prožela karakter slike...“ Benjamin se divi *zbiljnosti* ranih modela koji su zbog slabe osjetljivosti morali satima sjediti pred objektivom i u tom radikalnom, tehnički uvjetovanom poziranju i glumljenju vidi istinu i iskrenost, a u neposrednosti brze fotografije vidi *nezbiljnost* industrije, poze i glume. Duboki, daleki pogledi ranih modela govore mu toliko toga važnog, bitnog i istinitog, za razliku od površnih, lažnih pogleda instant-modela. A što ako dubina tih pogleda otkriva očaj zbog sati provedenih u prisilnom podređivanju zahtjevima tehnike i radikalnog po-predmećivanja života u tehnici.

riječi nisu ono što označavaju. Kada bismo slike i riječi shvaćali na način da su one baš ono što prikazuju, ljudi bi mokrili po riječi toalet, verali se po natpisu drvo i montirali Duchampov mokrionik u vrtovima kao fontanu. Dijete vrlo rano shvati da čokoladu na slici nije moguće pojesti. Čudesno je, međutim, kako odrasli ljudi brzo zaborave tu lekciju, zagrizu sliku čokolade pa se pozivaju na etiku i razočarano viču: *obmana, ovo je obmana!* ili pak, poput Benjamina ili Paića svjesno odlučuju sagraditi umjetno, izmišljeno, ideologijsko razumijevanje slike. Slika Pape jednako je sam Papa koliko je slika čokolade sama čokolada. Vjerovanje u slike jednako je razočaravajuće kao žvakanje fotografije čokolade. Možemo stoga cinično-ikonoklastički uzviknuti: ne obožavajte i ni za Boga ne jedite slike! U bitnom smislu to čak i nije ikonoklastičko pitanje. To je pitanje probave. Optuživati sliku za neetičnost jednostavno je neprobavljivo.

Kod reklamne fotografije ideja indeksiranosti toliko je očita da ju zapravo ne treba pojašnjavati. Reklama nije, ne može i otvoreno i iskreno ne želi biti realna, stvarna, istinita ili lažna. Poput svake slike, reklama ukazuje na nešto i ne govori ništa o tome. Reklamne slike proizvodi su i očite, neskrivene, transparentne konstrukcije reklamne industrije. Shvatiti ih doslovno, kao stvarnost, može samo uspješni, neinteligentni lav za volanom Merceresa.

Time se još jednom pokazuje da je pitanje o etičnosti slika potpuno promašeno, a temelji se u nerazumijevanju slike i indeksnog značaja fotografije. Reklamna slika nije sadržaj reklamne slike. Ono prikazano na reklamnoj slici nije *to* što je prikazano. Reklamna slika uopće ne želi biti ono prikazano i ne govori baš ništa o onome prikazanom.

Ako se onime što slika prikazuje kao sadržajem slike krše neka prava, onda to nema baš nikakve veze s istinom i laži nego pravnom regulativom, pri čemu je posve zamisliva situacija u kojoj bi protuzakonitima mogle biti proglašene slike poput crvene zvijezde koja u božićno vrijeme krasi domove i božićne čestitke diljem svijeta ili fotografija Josepha Beuysa s mrtvim zecom. Fotografija i slika općenito ne mogu biti neetične jer se ne bave istinom i lažima i nisu na način smisla. Mogu biti točne ili netočne, jer se sastoje od točaka. Mogu biti zakonite ili protuzakonite jer podliježu pravnoj regulativi. No kao slike, fotografije su onkraj istinitog i lažnog.

Bitan uvjet ulaska u dominantne audio-vizualne medije jest napuštanje smislenosti u korist osjetilnosti. Logička, smisljena uvjerljivost je sporedna ili čak nepoželjna. Zvučno-slikovna primjerenost je imperativ. Ljudi, predmeti, reklame, sve što ulazi u audio-vizualne medije mora pristati na taj uvjet, iz čega proizlazi zapovjed: reklame moraju biti besmislene i osjetilno dojmive. Kome je do smisla, neka čita! Upravo zbog besmislenosti i osjetilnosti kao uvjeta pojavljivanja, slika i zvuk tako lako i sveobuhvatno kolaju ljudskim svijetom. Ako

i ne znate što je simfonija, možete nesmetano uživati u Mozartovoj 40. simfoniji koju ćete i kao glazbeni analfabet odmah prepoznati. Ako ne znate talijanski i ne poznajete glazbenu teoriju opere, Verdi će vam nesmetano pružiti užitak. Znae da Barok postoji, ali ga ne biste znali vremenski smjestiti, a još manje znate o njegovim stilskim obilježjima? To ne znači da ne uživate pjevušeći *Aaaaaaleluja, aaaaaaleluja*, ne zamarajući se pritom pripada li ta skladba Händelu ili kome drugom. Isto je sa slikom. Ne znate što je mislio Botticelli dok je slikao *Alegoriju proljeća*, a vizualna metafora kao pojam u vama ne pobuđuje nikakve asocijacije? Koga briga! Gledajte i uživajte! Ne znate da je Cezanne odbacio temeljnu pretpostavku impresionizma da je slika prvenstveno odraz vizualne percepcije i da ga nije zanimalo hvatanje ili zaustavljanje prolaznog, neponovljivog trenutka? Ali kakve su to jabuke! Kakve čudesne planine! Zvuk i slika osjetilno su dani i tako ih valja primiti.

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Glavna hipoteza ovog istraživanja je da su kritike na račun slike zapravo kritike na račun čovjeka kao mislećeg bića, a pomoćne hipoteze su:

H1: Slika je nejasan i nerazumljiv pojam.

H2: Slika je sastavni element mišljenja kao specifično ljudske djelatnosti.

H3: *Fotošopiranje* kao razumska obrada osjetilnog materijala potvrda je ljudskog u prikazu.

Temeljem analize dostupne literature s područja vizualnih studija, zaključujemo da je glavna hipoteza potvrđena. Analiza je, naime, pokazala da se čovjek uopće razlikuje od drugih živih bića upravo po sposobnosti da vidi sebe, da stvori sliku ili predodžbu o sebi, a onda i slike i predodžbe o svemu što ga okružuje pa i o bićima i pojavama čije postojanje nije izvjesno. Ne postoje dokazi da ijedno drugo biće stvara slike na način ljudskih slika pa je utoliko slika bitno razlikovno obilježje čovjeka kao bića, a kritike na račun slike kritike su na račun čovjeka kao mislećeg bića.

Pomoćna hipoteza H1 potvrđena je jer postoji velik broj različitih definicija i teorija o slici koje se međusobno isključuju, a ne postoji jedinstveno i neupitno značenje tog pojma.

Pomoćna hipoteza H2 potvrđena je jer slika kao predodžba ili razumom obrađeni osjetilni materijal temelj mišljenja kao specifično ljudske djelatnosti.

Pomoćna hipoteza H3 potvrđena je jer je *fotošopiranje* samo još jedan svojstveno ljudski način tehničkog raspolaganja osjetilnim materijalom.

6. ZAKLJUČAK

Nije rijetkost da se neki naoko samorazumljivi i iznimno uvriježeni pojmovi u ponešto ozbiljnijem razmatranju otkriju kao složeni i nejasni. Slika je nedvojbeno jedan takav pojam. Svi spominjemo slike, svuda su oko nas, izrađujemo ih, gledamo, pričamo o njima, slike utječu na naš život i naše odluke. Ipak, razmatranje tog pojma odvodi u toliko pravaca da ih je gotovo nemoguće pobrojati. Pojmovnici i rječnici dobrim dijelom ukazuju na tu raznorodnost u značenju, ali nikako nisu dostatni za donošenje ikakvih ozbiljnijih zaključaka o značenju slike. Posegnuli smo, stoga, za teorijskom literaturom o slici i vizualnosti i tek tu otkrili svu složenost teme, a okosnicu čitanja činile su dvije knjige: Mitchelova *Ikonologija – slika, tekst, ideologija* i Paićeva *Vizualna komunikacija*. Obje knjige naslovom ukazuju na pristup slici koji je nekako skopčan s jezikom ili tekstom. Nakon svega nekoliko uvodnih redaka ovih knjiga posvećenih slici, čitatelju postaje jasno kako susret slike i jezika nikako nije susret ravnopravnih dionika. Vizualno kao osjetilno ikonoklastički je protjerano iz knjiga i ogleda koji tematiziraju prostor vizualnosti te u njima nema niti jedne slike. Slici kao osjetilnom fenomenu nema mjesta u kontekstu vizualne komunikacije. Gdje se i spominje, tamo je samo kako bi se uprizorilo razaranje slike, obredno spaljivanje tog zavodećeg goriva idolopoklonstva i krivovjerja. Iz pojma eidon koji označava viđenje, ali i razumijevanje vizualni studiji nastoje svim silama izbrisati sve vezano uz osjetilnost viđenja te viđenje nastoje očistiti vatrom mišljenja i postaviti isključivo kao razumijevanje.

Ključna postavka vizualnih studija i vizualnih komunikacija jest kako viđenje i slika nisu tek prirodne datosti, nego su bitno skopčani s ustrojem znanja i moći u našem društvu. Vizualni studiji stoga analiziraju ono vizualno i slikovno kao organizirajuću, ustrojbenu strukturu tj. kao ideologiju. Pred nama je jedna složena petlja: za vizualne studije čovjek nije tek majmun jer majmun nema moć stvaranja slike na način konstruiranja, strukturiranja i organiziranja svijeta kao osobito ljudske moći, putem koje čovjek popredmećuje i uništava svoj svijet kao horizont iskustva. Drugačije rečeno, u kontekstu vizualnih komunikacija čovjek se razlikuje od majmuna i drugih tek prirodnih bića jer svoj svijet konstruira posredstvom tehničkog, popredmećujućeg mišljenja kao stvaranja slika/razumijevanja kojim skriva bitak i uništava svoj svijet. Čovjeka kao bitno misleće, popredmećujuće, sliktvorno biće treba spasiti od mišljenja i slika kao popredmećivanja i to upravo mišljenjem kao popredmećivanjem njegova spasa. To je središnji zadatak vizualnih studija i područja vizualnih komunikacija. Eido je u kontekstu Mitchelove *Ikonologije* i Paićevih *Vizualnih komunikacija* presložen u ideo, a sve osjetilno, fizički stvarno pregaženo je ideološkim kao

moćno strukturiranim i organiziranim u ime iskupljenja osjetilnog, fizički stvarnog ideološkim.

S obzirom na iznimnu složenost i opskurnost zadatka, suvremeni teoretičari vizualnih komunikacija iskazuju niz osobitih obilježja. Tekstovi im imaju sva bitna svojstva brige za svijet, za cjelovitost iskustva i slikom kao tehničkim postavom ugroženu istinu bića. Nerijetko iskazuju tugu, često otvoreni bijes, a u pravilu očaj zbog fantoma slike koji nezaustavljivo progoni i opsjeda čitav naš svijet, uvlači se u najskrivenije kutke naše intime i otima nam sve bitno tako što svemu krade više-dimenzionalnost i pretvara sve u površinu, prazninu, obmanu i simulaciju. Okupljeni su pod krilaticom *slika je pismo za idijote*, odani su isključivo mišljenju kao vladaru tj. kao rex cogitans, a nastoje odgonetnuti što slike govore.

Odgonetavanje govora slike osobito je živopisno na polju fotografske slike. Fotografija je u najopćenitijem i uvriježenom shvaćanju nekakav dokument koji uspjeva u onome o čemu čovjek oduvijek mašta: uspijeva zaustaviti vrijeme. Ono promjenjivo, neuhvatljivo i prolazno, onaj čudesni trenutak istine, ono sada i ovdje, zaustavlja se u fotografiji i zadobiva trajnost i neprolaznost te postaje uvijek-sada i uvijek-ovdje. Fotografija je time svojevrsno otajstvo. Ona propadno i vremenito tijelo pretvara u nepropadno i nadvremeno. S otajstvima se nije šaliti. Valja ih čuvati i bdjeti nad njima. Uvijek postoje heretici koji ne vjeruju u otajstva, vječnost i istinu. Njihov idol je Photoshop.

Za vjernike fotografije kao istine, Photoshop služi za obmanjivanje i varanje promatrača. Vizualnim manipulacijama promatrača se uvjerava kako je predmet prikaza nešto što ovaj zapravo nije. Ta obrana *zapravosti* ili stvarnosti fotografske slike ukazuje na razumijevanje fotografije kao medija koji donosi točan prikaz prirode i dokumentira stvarnost baš takvu kakva jest, o čemu Baudelaire piše: „U tim otužnim danima javlja se nova industrija koja znatno pridonosi učvršćivanju politike gluposti u njezinoj vjeri ... da umjetnost nije ništa i ne može biti drugo do točnog prikaza prirode ... Osvetnički je bog uslišao glas tog mnoštva. Daguerre posta njegov Mesija.“ Koliko god to htjeli, fotografija ipak nije zbilja sama nego medij. Nakon iščitavanja brojnih pristupa fotografiji, čini se kako se nesporazumi oko fotografije događaju zbog različitih razumijevanja medija slike.

Svaki medij ima svoje osobitosti pa tako i audio-vizualni mediji koji su zvukovno i slikovno uvjetovani, a svaki predmet ili događaj koji želi ući u zvukovni ili slikovni medij mora biti zvukovno ili slikovno primjeren mediju. Isto vrijedi i za digitalne medije. Uvjet ulaska je digitalno kodiranje. Da bi nešto dospjelo u medij, mora proći osobitu medijsku obradu, u smislu u kojem mora biti primjereno zahtjevima medija. Ono što je digitalno kodiranje za prostor digitalnog, to je *fotošopiranje* kao kodiranje za prostor slike. Lice

voditelja dnevnika mora biti obrađeno, tijelo top-modela kao doslovno najboljeg uzora ili najbolje matrice mora biti očišćeno od *buke* nepravilnosti fizičke stvarnosti, jer ta buka u obliku celulita, strija, mrlja ili nepravilnih omjera može ugroziti bit i poruku vizualnog medija.

Ključan je odgovor na pitanje: koja je to poruka? Što to mediji nastoje poručiti? Što nam to slika govori? Vraćamo se time pitanju koje Mitchell postavlja u samom uvodu u *Ikonologiji*. Ne slijedimo manihejsku logiku kad tvrdimo da slika nije pratitelj teksta. Ne odlazimo tek u drugu krajnost kad tvrdimo da slika nije pri-kazivanje kao pri-govorenje ili ukras uz tekst. Nismo tek odabrali drugu stranu ili pojmovnu opreku kad krajnje zaoštrano napominjemo kako iluminacije nisu šarena, prigodna pri-kazivanja ili uz-tekstice. Tek strateški propitujemo komunikacijski potencijal slike i teksta, kao i utemeljenost odnosa slike i teksta, raspolazući jednim i drugim, udaljavajući jedno od drugog, korak po korak. Tekst je uz sliku ili po slici. Tekst prati sliku kao cjeloviti osjetilni, fizičko stvarni fenomen i događaj i upinje se tisućama riječi o-pisati tu ne-recivu cjelovitost. Slika čak i kao fotografija ne govori baš ništa. Ne tisuću riječi, nego nijednu riječ. Ovako je to izrazio Brecht: „...jednostavan prikaz *zbilje* manje nego ikad iskazuje nešto o *zbilji*. Fotografija Kruppovih ili A.E.G.-ovih tvornica ne odaje gotovo ništa o tim institucijama. Prava je *zbiljnost* skliznula u funkcionalno. Opredmećenje ljudskih odnosa ... više ne odaje ništa o njima.“

Kao slika, fotografija je bitno indeksna jer je pod utjecajem predmeta, ali ne govori ništa o njemu. Štoviše, slika uopće jest fotografija upravo pod uvjetom da ne govori ništa o predmetu prikazivanja. Pomiješamo li fotografsku sliku s njenim sadržajem koji je kao označenik bitno proizvoljan, može nam se dogoditi da sliku prestanemo gledati i počnemo je čitati, pripišemo joj značenje koje ona nema i počnemo se odnositi prema slici kao tekstu. Slika nije na način teksta kao smisla nego na način slike kao vizualno-osjetilnog događaja svijeta. Tekst kao nositelj smisla svođenje je cjelovitosti svijeta kao obzora iskustva na karikaturalno prenaplašenu značajku onoga što se može znati tj. kontrolirati. Pismenost kao smislenost digitalizacija je svijeta tj. svođenje cjelokupnosti svijeta na kod koji je moguće kontrolirati i koji u konačnici može proizvesti samo simulaciju svijeta kao cjelokupnosti iskustva i događaja. Jasno je vidljivo da *pismenost* zahvaća samo ono čime se može raspolagati. Onaj nedohvatljivi dio cjelovitosti svijeta nerazuman je i nepojmljiv ne na derogativan način nego na način neraspoloživosti. Dijelovi svijeta izvan su dosega logike. Nepregledni dijelovi iskustva izvan su STEM područja. Golemi dijelovi svijeta izvan su informacijsko-komunikacijskog sklopa. Kao cjeloviti osjetilni, fizičko stvarni događaj svijeta, slika jest. Tekst kao jezik i čovjek kao *zoon logon ehon* ili *animal rationale* simptomi su slike,

njeni učinci i posljedice. Za razliku od slike kao ikona ili indeksa, tekst je uvijek isključivo simbol svijeta kao iskustva. Tekst značenje ne nalazi u odnosu prema kakvom fizički ili duhovno stvarnome referentu kao označeniku, nego uvijek prema drugim označiteljima. Tekst je očit kao (protežni niz akustičkih) slika, ali tu počinje i prestaje svaka njegova sličnost sa slikom.

Vratimo se jednoj od nosećih rečenica rada, uzrečici koju Benjamin posuđuje iz naroda i prenosi u ogledu o fotografiji: „Analfabet budućnosti neće biti ... onaj tko ne pozna pismo, već onaj tko se ne razumije u fotografiju.“ Posve opravdano i posve neprimjereno, rabeći pojam nepismenosti kao oznaku za nepoznavanje slike, Benjamin čuva (ili joj ne uspijeva umaknuti) ideju pisma kao prenostitelja smisla. Iako govori o slici, ipak joj pristupa kao tekstu i pripisuje joj smislenost, umjesto bitne osjetilnosti. Napokon, možemo li i trebamo li o slici išta znati da bismo je vidjeli i da bi bila dojmjljiva? Možemo simulirati empirijsko istraživanje koje bi vrsni metodolozi i ozbiljni znanstvenici voljeli vidjeti dijelom svakog vrijednog rada. Glavna hipoteza je da slika nije na način teksta jer ne traži nikakvo znanje i razumijevanje smisla, nego je dojmjljiva bitno kao osjetilni, vizualni fenomen. Slijedi anketa:

1. Jesu li vam pećinske slikarije u Lascauxu dojmjljive zato što o njima nešto znate i razumijete njihov smisao?

2. Je li vam lošinjski Apoksiomen dojmjljiv zato što o njemu nešto znate i razumijete njegov smisao?

3. Jesu li vam Van Goghove *Cipele* dojmjljive zato što o njima nešto znate i razumijete njihov smisao?

4. Bi li vam pećinske slikarije, Apoksiomen i Van Goghove *Cipele* bili dojmjljive i kad ništa o njima ne bi znali?

Puno toga ovisi o odgovorima na ova posve banalna pitanja pa smo dužni simulirati odgovore. Ukoliko 90 posto ispitanika odgovori: 1. Ne, 2. Ne, 3. Ne, 4. Da, moći ćemo zaključiti da postoji statistički značajna vjerojatnost da slika nije na način teksta, da bitno nije na način smisla nego osjetilnosti kao vizualnosti te – kao osobit kvalitativni zaključak – da je Papa Grgur Veliki bio u pravu kad je ustvrdio *za idijote, slika je tekst*. Ukoliko 20 posto ispitanika odgovori 1. Da, 2. Da, 3. Da, 4. Ne, moći ćemo utvrditi da postoji statistički beznačajna vjerojatnost da slika nije na način teksta, da bitno nije na način smisla nego osjetilnosti kao vizualnosti te – kao osobit kvalitativni zaključak – da je Papa Grgur Veliki bio u pravu kad je ustvrdio *slika je pismo za idijote*. Svjesni upitnosti kakvoće zaključka usljed

nereprezentativnosti uzorka, na temelju tri ispunjena upitnika zaključili smo kako slika nije na način teksta i smisla te kako je bitno osjetilna. S obzirom da je slika bitno besmislena i osjetilna, pristupimo li joj kao tekstu, zaključci koje o njoj donosimo moraju biti idijotski pa ćemo, primjerice, morati zapaliti slike Krista ili degeneričnih njemačkih ekspresionista. Konačno, zaključak koji je neosporan jest da je Papa uvijek u pravu.

Baš kao i Michelangelov *David*, fotografija Matthewa Terryja u reklami za donje rublje potpuno je besmislena. Skulptura i fotografija ne govore ništa i izvanredno su vizualno, osjetilno dojmive. Sve što bismo mogli reći o njima ili misliti da one govore nama, svih čarobnih 1000 riječi, nije dostatno da kažemo neregucivo cjelovite osjetilne stvarnosti koju nude našem pogledu. Ako i nismo spomenuli fotografije Slavoj Žižeka, ne znači da za njih ne vrijedi ista logika. Dapače!

Prigovori kritičara *fotošopiranja* da prikazani uzor ili matrica Terry zapravo ne izgleda tako, posljedica su pristupa slici na način teksta i pripisivanja smisla nečem bitno besmislenom. Čak i na razini kritike fotografije kao komercijalnog marketinškog trika, prigovor *fotošopofoba* je u najmanju ruku upitan jer ga iznose pojedinci koji neće kupiti proizvod, koji ne nasjedaju na obmane marketinške industrije i time su već uspjeli u svome naumu pa nije jasno zašto prosvjeduju. Dojmljiva slika neodoljiva je jer kao besmislena pogledu nudi čitav svijet na način cjelovita osjetilnog iskustva. Poznati slogan Coca-Cole *Taste the feeling* govori to jasno i neskriveno. Okusite osjećaj. Okus. Osjet. Osjećaj. Akustička slika na način osjetilnosti. Tekst i značenje ovdje su samo simptomi. Samo pokušaj da se reproducira osjetilnost dana u slici. Bilo u smislu slogana ili kritike fotošopiranosti slike, tekst i značenje samo su karikaturalne reprodukcije slike.

Ukoliko Zapadna kultura bitno jest kultura slike, što je zaključak na koji upućuju sve knjige s područja teorije medija, vizualnih studija i vizualne komunikacije koje smo iščitali, možemo zaključiti kako (postoji značajna statistička vjerojatnost da) je to kultura osjetilnosti, a ne teksta i smisla. Promotrimo li preobilje osjetilnih fenomena koje ta kultura stvara, takav zaključak je gotovo samorazumljiv. Glazba i prikazivačka djelatnost kao audio-vizualni osjetilni sklop toliko su snažna odrednica kulture Zapada da upadaju u oko i uho gdje god da se okrenete. Uz takvo preobilje zvukova i slika, obilje teksta posve je razumljivo. Puno je nepismenih po pitanju slike, na što je upozoravao Benjamin. Pri tom valja napomenuti kako je Benjaminova uvjerenost u dominaciju pisma nad slikom razlog zbog kojeg je Benjamin o fotografiji iznio zaključke koji znatno pridonose učvršćivanju politike gluposti, kako je to slikovito zapisao Baudelaire. Možda je preciznije reći kako kako je puno slabovidnih ili nevidećih koji, poput Mitchella, pišu „*knjige o vidu koje kao da je napisao slijepi autor za*

slijepa čitatelja.“ Bavimo se slikom i osjetilnim pa je u najmanju ruku primjereno završiti slikovito i besmisleno. Knjiga je slika za siromašne. Icona pauperum. Pismo je slika za idijote.

Sveučilište
Sjever



SVEUČILIŠTE
SIEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, VIŠESLAV KIRNIC (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PHOTOSHOP - OBMANA Ili ONO ČUDOŠKO U PRIKAZIVANJU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Višeslav Kirnic

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, VIŠESLAV KIRNIC (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PHOTOSHOP - OBMANA Ili ONO ČUDOŠKO U PRIKAZIVANJU (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Višeslav Kirnic

(vlastoručni potpis)

Prilog 1: Slike

Slika 1 Hieronymus Bosch, *Vrt naslade*



Izvor: <https://uploads6.wikiart.org/images/hieronymus-bosch/the-garden-of-earthly-delights-1515-7.jpg>; pristupano 7.2.2018.

Slika 2 Claude Monet, *Irisi u Monetovu vrtu*



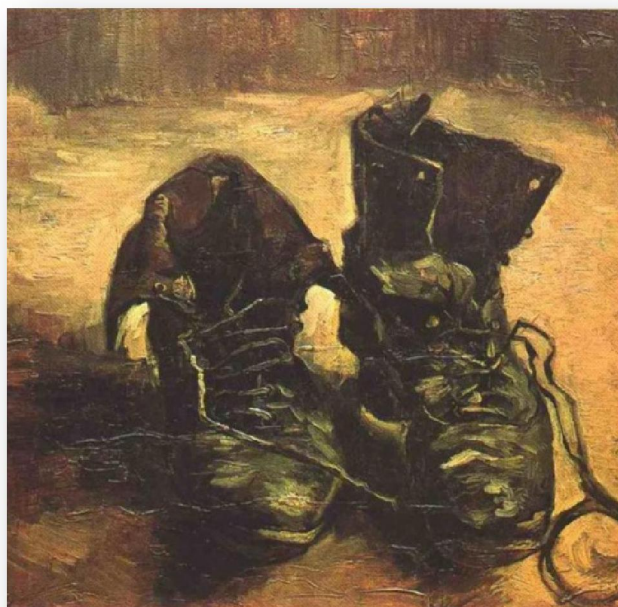
<https://www.wikiart.org/en/claude-monet/irises-in-monet-s-garden-03>; pristupano 7.2.2018.

Slika 3 Pablo Picasso, *Kuća u vrtu*



<https://www.wikiart.org/en/pablo-picasso/house-in-the-garden-1908>; pristupano 7.2.2018.

Slika 4 Vincent Van Gogh, *Cipele*



<https://www.welt.de/kultur/article4909929/Wie-sich-Forscher-ueber-van-Goghs-Schuhe-streiten.html>; pristupano 11.2.2018.

Slika 13 *Poljubac Pape i Imama*, kampanja „Unhate“ Benetton



https://www.huffingtonpost.com/2011/11/17/pope-kissing-ad-vatican_n_1100456.html; pristup 7.2.2018.

Popis slika:

Slika 1 Hyeronimus Bosch, *Vrt naslade*

Slika 2 Claude Monet, *Irisi u Monetovu vrtu*

Slika 3 Pablo Picasso, *Kuća u vrtu*

Slika 4 *Bacač diska Lancelloti*, kopija grčkog izvornika, 2. Stoljeće; Poliklet, *Dorifor*, 5. st. Pr. Kr.; Heraklo, Forum Boarium, Grčka, 2 st. Pr. Kr.

Slika 5 Zeus, Artemision; Glikon prema Lizipu, *Farneški Heraklo*

Slika 6 Giambologna, *L'Oceano*; Michelangelo, *David*,

Slika 7 B. Cellini, *Perzej*; I. Meštrović, *Miloš Obilić*,

Slika 8 A. Rodin, *Mislitelj*

Slika 9 Matthew Terry

Slika 10 M. Duchamp, *Mokrionik/fontana*

Slika 11 J. Beuys, *Kako objasniti slike mrtvom zecu*

Slika 12 Le Nouvel Observateur, Naslovnica, Simone de Beauvoir; Art Shey, Simone de Beauvoir

Slika 13 Poljubac Pape i Imama, kampanja „Unhate“ Benetton

Literatura:

- Anders, G. 1956. *Die Antiquiertheit des Menschen*. C. H. Beck. München.
- Baudrillard, J. 2001. *Simulacija i zbilja*. Naklada Jesenski i Turk.
- Benjamin, W. 1986. *Estetički ogledi*. Školska knjiga. Zagreb.
- Biti, V. 1997. *Pojmovnik suvremene književne teorije*. Matica hrvatska. Zagreb.
- Butler, J. 2009. *Torture and the Ethics of Photography: Thinking with Sontag, Frames of War*. Verso. London i Brooklyn.
- Cassirer, E. 1978. *Ogled o čovjeku*. Naprijed. Zagreb.
- De Saussure, F. 2000. *Tečaj opće lingvistike*. ArTresor naklada. Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje. Zagreb.
- Gombrich, E. H. 1999. *Povijest umjetnosti*. Golden Marketing. Zagreb.
- Horkheimer, M. Adorno, T. 1989. *Dijalektika prosvjetiteljstva*. Biblioteka Logos. Veselin Masleša. Sarajevo
- Hörisch, J. 2007. *Teorijska apoteka*. Algoritam. Zagreb.
- Jenks, C. 2002. *Vizualna kultura*. Naklada Jesenski i Turk. Zagreb.
- Kratzauer, S. 1960. *Theory of Film: The Redemption of Physical Reality*. Princeton University Press
- Meyrowitz, J. 1986. *No Sense of Place – The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Oxford University Press.
- Mitchell, W.J.T. 2009. *Ikonologija – slika, tekst, ideologija*. Biblioteka Antibarbarus. Zagreb
- Nöth, W. 2004. *Priručnik semiotike*. Ceres. Zagreb.
- Paić, Ž. 2008. *Vizualne komunikacije – uvod*. Centar za vizualne studije.
- Platon. 1977. *Država*. Biblioteka Politička misao. Zagreb,
- Purgar, K. 2009. *Vizualni studiji*. Centar za vizualne studije. Zagreb.
- Ruskin, J. *Modern painters*. <https://archive.org/details/modernpainters21ruskgoog>
- Tagg, J. 1988. *The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories*. University of Minnesota Press.

Životopis kandidata

Višeslav Kirinić rođen je 25.2.1977. godine u Zagrebu, gdje je završio je X. Gimnaziju. Nakon srednje škole, upisao je studij filozofije i lingvistike na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Obrazovanje je nastavio na Visokoj poslovnoj školi s pravom javnosti u Zagrebu, smjer Komunikacije, a 2015. godine upisao je diplomski studij Odnosa s javnošću na Sveučilištu Sjever u Varaždinu. Od 2015. godine obnaša dužnost predsjednika Studentskog zbora Sveučilišta Sjever i član je predsjedništva Hrvatskog studentskog zbora, najvišeg studentskog predstavničkog tijela u Republici Hrvatskoj koje predstavlja svih 160.000 studenata sveučilišta, fakulteta i visokih učilišta. Član je Senata Sveučilišta Sjever i predstavnik studenata u Vijeću Odjela komunikologije i odnosa s javnostima. Član je i niza povjerenstava osnovanih u suradnji s MZO i Agencijom za znanost i visoko obrazovanje.

Autor je, urednik i prevoditelj niza knjiga s područja političke teorije, od kojih ističemo:

- *Antologija anarhizma* (Naklada MD, Zagreb, 2003.);
- *Anarhoprimitivizam protiv civilizacije*, izbor iz radova Johna Zerzana (Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2004.);
- Noam Chomsky, *Stari i novi svjetski poretki* (Naklada Jesenski i Turk; Zagreb, 2004.);
- Noam Chomsky, *Imperijalne težnje – razgovori o svijetu nakon 11.09.* (Naklada Ljevak, Zagreb, 2006.);
- *Politika teorije: zbornik rasprava iz kulturalnih studija*, prir. Dean Duda (Disput, Zagreb, 2006);
- Nicholas Abercrombie, Stephen Hill, Bryan S. Turner, *Rječnik sociologije* (Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2008.);
- Noam Chomsky, *Promašene države – Zloraba vlasti i napad na demokraciju* (Naklada Ljevak, Zagreb, 2008);

Bio je član redakcija i uredništva brojnih časopisa za kulturu i društvena zbivanja kao što su *Vijenac*, *Zarez*, *Quorum*, *Libra Libera*, *Tvrđa*, *Europski glasnik*, *Književna republika* itd. Dugogodišnji je suradnik Trećeg programa Hrvatskog radija gdje je objavljivao tekstove i prijevode tekstova s područja suvremene teorije.

Ponosni je otac (tata) troje djece. Tara, Petra Pia i Bartol njegovo su nadahnuće...